МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
УМАНСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ САДІВНИЦТВА

Факультет менеджменту
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

Допущено до захисту
«____» _____2023 р.
Завідувач кафедри, д.е.н., професор
_____Людмила ТРАНЧЕНКО

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на здобуття першого (бакалаврського) рівня вищої освіти

РОЗВИТОК ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ

Виконав: здобувач вищої освіти
IV курсу, 41-тм групи
спеціальності 242 «Туризм»
освітньо-професійної програми «Туризм»
Валентин Володимирович ГОНЧАР

Науковий керівник: к.е.н., доцент
Валентина НЕПОЧАТЕНКО

Умань – 2023

ВСТУП

РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі

1.2. Теоретико-методичні аспекти дослідження розвитку потенціалу туристичної галузі

РОЗДІЛ 2. ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз сучасного стану використання потенціалу туристичної галузі України

2.2. Оцінка потенціалу туристичної галузі Запорізької області

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у післявоєнний період

3.2. Заходи щодо використання сприятливих факторів розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

ДОДАТКИ

ВСТУП

Актуальність теми. Нині в Україні в умовах воєнного часу доцільно робити політологічне осмислення розвитку турис-тичної сфери як об'єкта і суб'єкта політич-ного процесу і як економічного атрактора та соціального відновлювача, що визначає стан розвитку національної та регіональ-ної економіки і потребує вибору відповід-них управлінських рішень. За таких умов туристична сфера не лише зможе безпо-середньо впливати на політичні методи та механізми розвитку даної галузі, а також на вирішення окремих соціально-еконо-мічних та політичних завдань держави в умовах воєнного часу. Актуальність такого переосмислення зумовлюється потребою формування та пошуку шляхів стабілізації негативних процесів у національній еконо-міці, також дозволяє брати участь (хоч і не на пряму) у політичному процесі, почина-ючи змінювати інституційну структуру.

Оптимальне використання потенційних можливостей туристичних ресурсів, історико-культурного потенціалу дозволяє не лише покращити економічний стан міст, областей країни, а й підвищити ефективність діяльності як підприємств туристичного бізнесу, так і інших учасників бізнеспроцесів, а також вплинути на соціальний рівень життєзабезпечення соціуму, його добробуту та сприяти активному розвитку інфраструктури областей України.

В умовах трансформаційних змін в економіці України туристичний бізнес є одним із перспективних напрямів розвитку, враховуючи значні історичні, природні, культурні цінності України, існуючу національну, міжнародну кооперацію вітчизняних і закордонних підприємств та потенційні можливості прибутковості. Разом із тим освоєння нових напрямків, видів та форм забезпечення збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі України потребує розробки та обґрунтування теоретико-методологічних, методичних підходів, практичних рекомендацій з метою визначення найбільш оптимальних

варіантів розвитку систем туристичного бізнесу, забезпечення його конкурентоспроможності та економічної ефективності.

Мета і завдання дослідження. *Метою роботи* є обґрунтування теоретичних засад, розробка практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Відповідно до цієї мети поставлено такі завдання:

- удосконалити та теоретично узагальнити зміст окремих дефініцій, що формують категоріально-понятєвий апарат дослідження, зокрема: «туризм», «потенціал туристичної галузі»;
- сформувати та обґрунтувати поняття «збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі»;
- запропонувати та обґрунтувати методологічні положення щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі;
- проаналізувати стан розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області;
- апропонувати необхідні інновації та можливості застосування нових технологій.

Об'єктом дослідження є процеси формування та розвитку потенціалу туристичної галузі.

Предметом дослідження є сукупність теоретичних положень, методичних підходів і практичних рекомендацій щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, які представлені в фундаментальних роботах вітчизняних і зарубіжних науковців з питань формування, оцінювання, розвитку потенціалу в туристичній галузі. З метою досягнення поставлених

наукових завдань у роботі використано такі підходи, загальнонаукові та спеціальні методи.

Інформаційну базу дослідження становлять нормативно-правові акти України, наукові публікації, довідкова література, статистичні дані Державної служби статистики України, аналітичні публікації та матеріали офіційних веб-сайтів туристичних підприємств, результати, одержані автором у процесі власних досліджень.

Структура та обсяг. *Робота складається зі вступу, трьох розділів, списку використаних джерел, висновків та додатків. Повний обсяг становить 66 сторінок. Робота містить 10 таблиць, 5 рисунків.*

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

1.1. Теоретичні аспекти функціонування туристичної галузі

Туризм у наш час є цілісним міжгалузевим видом діяльності, який забезпечує вирішення багатьох економічних, соціальних, політичних, екологічних проблем.

Туристична галузь України в XXI столітті має великий потенціал щодо розвитку внутрішнього та іноземного туризму, для постійного прогресу галузі, яка поєднується, на нашу думку, з багатьма іншими, що обумовлює її провідне місце у соціально-економічному розвитку країн. В Україні сприятливі кліматичні умови, значний рекреаційний та культурно-пізнавальний потенціал, вигідне географічне розташування, багато цікавих історичних об’єктів.

Після набуття Україною (1991 рік) незалежності країна стала на шлях розвитку та вдосконалення туристичної галузі, і особливо її приватного сектору, визначивши туризм пріоритетною галуззю розвитку економіки.

Розвиток туризму особливо актуальний в економіці країни, оскільки саме завдяки туристичній галузі можна поліпшити соціально-економічну ситуацію загалом, адже він за рахунок свого мультиплікаційного ефекту може забезпечувати зростання доходів і покращення показників господарювання у багатьох видах економічної діяльності. Зокрема, завдяки туристичній галузі підтримується майже 50 суміжних, один турист дає роботу 10 особам, а створення одного робочого місця в туризмі в 20 раз дешевше, ніж у промисловості [12].

Нова концептуальна основа розуміння сутності туризму ґрунтується на основних документах Всесвітньої туристичної організації, яка інтегрує погляди міжнародного співтовариства на дослідження і аналіз економіки туризму, встановлює підходи, визначення, класифікації та базовий набір даних і показників, які повинні бути частиною будь-якої національної системи статистики туризму. Як зазначається у Глосарії ЮНВТО, туризм є «соціальним, культурним та економічним явищем, що являє собою переміщення людей у країнах або місцях за межами їх звичайного середовища для особистих або ділових/професійних цілей. Ці люди є відвідувачами, які можуть бути або туристами, або екскурсантами; місцевими жителями і нерезидентами. Туризм має наслідки для економіки, природного і антропогенного середовища, впливає на життя місцевого населення пункту призначення і на самих туристів. Цей підхід рекомендується для того, щоб розробляти і здійснювати національні і місцеві політики у туристичній галузі, а також необхідні міжнародні угоди або інші процеси , що стосуються туризму» [18].

У Законі України «Про туризм» від 15.09.1995 № 324/95–ВР (зі змінами і доповненнями) поняття «туризм» трактується так: «...тимчасовий виїзд особи з місця постійного проживання з оздоровчими, пізнавальними, професійноділовими чи іншими цілями без заняття оплачуваною діяльністю в місці перебування».

Науковці по-різному підходять до трактування сутності туризму. На думку Т. Ткаченко, «туризм – це багатоманітність відносин і явищ, що виникають у процесі життєдіяльності людини, яка подорожує; соціальноекономічний інститут, який забезпечує інтереси і потреби людини-мандрівника, регулює взаємодію туриста із різними секторами туристичної інфраструктури (гостинність, аніматорські центри тощо) [15].

Науковець О. Ільїна визначає туризм «як певну сукупність явищ та взаємовідносин, які виникають при взаємодії туристів, організаторів подорожей, місцевих органів влади та населення у процесі туристичної діяльності» [4]. Такий підхід є комплексним та ґрунтовним, але недостатньо підкреслює саме економічну складову туризму.

Досліджуючи природу туризму, М. Мальська розкриває це поняття як:

- особливу форму діяльності людей, що мандрують і відвідують місця поза звичним місцем перебування терміном не більше 1 року;
- галузь світової і національної економіки, яка займається обслуговуванням осіб, що тимчасово перебувають поза межами постійного місця проживання;
- форму виховання та розвитку особистості;
- популярну форму відпочинку, дозвілля, пізнання рідного краю;
- діяльність суб'єктів господарювання з виробництва і реалізації туристичних послуг і товарів;
- сигмент ринку, на якому взаємодіють підприємства традиційних галузей з пропозицією комплексного турпродукту [8].

Дослідники філософських аспектів феномену туризму підкреслюють, що «справді особистісно значущі соціальні та культурні зв'язки виникають тоді, коли особистість має безпосередній контакт з новою країною, містом, культурою, на власні очі побачить нове природно-географічне та культурне середовище, відмінне від реалій повсякденного існування» [11, с.132].

Незважаючи на наявність визначення терміна «туризм» у національному законодавстві та міжнародних документах, які забезпечують теоретичні, концептуальні та прикладні засади розвитку туризму, наукова література перенасичена підходами до тлумачення сутності зазначеного поняття. Так, через множинність функцій, які виконує туризм, «поліфункціональність

туризму і його тісний взаємозв'язок з іншими секторами економіки», діагностика теоретично-праксеологічного базису туризму відбувається за допомогою використання різних підходів.

У науково-дослідній літературі використовують багато підходів до класифікації туризму. В енциклопедичному словнику-довіднику з туризму знаходимо виділення категорій (видів) туризму за деякими ознаками (активний, альтернативний, аристократичний, багатоетапний, в'їзний, велосипедний, виїзний, військовослужбовців, внутрішній, водний, гастрономічний, гірський, груповий (колективний), дальній, діловий, екологічний, екскурсійний, елітарний, етнокультурний, заохочувальний, зелений, індивідуальний, іноземний, конгресовий, короткотерміновий, космічний, культурний, лижний, міжнародний, молодіжний, музейний, науковий, національний, неорганізований, ностальгічний (етнічний), організований, пізнавальний, пішохідний, пригодницький, регіональний, рекреаційний, релігійний, самодіяльний (кваліфікаційний), світовий, сільський, сімейний, соціальний, спеціалізований, стаціонарний, студентський, сусідній [14].

У своїй праці С. Дутчак наводить уточнену класифікацію видів туризму (табл. 1.1.), яку запропонували М. Крачило та Т. Сокол [2].

У своїх дослідженнях О. Колісник навів класифікацію видів туризму (рис. 1.1.), в якій виділяє науковий, екскурсійний, етнічний, сільський і релігійний як різновиди пізнавального туризму [6].

Таблиця 1.1

Види туризму

Ознаки	Види туризму
Спрямованість туристичних потоків	– виїзний туризм (за кордон); – внутрішній; – в'їзний (іноземний); – міжнародний
Охоплення території	– внутрішньо регіональний; – міжрегіональний; – кругосвітній

Термін поїздки	– туризм вихідного дня; – короткостроковий; – тривалий туризм
Сезонність	– сезонний: літній, зимовий; – міжсезонний; – постійний
Принцип оплати та організація продажу	– елітний (VIP); – комерційний; – соціальний; – інтенсив-туризм
Ступінь організованості	– на замовлення; – самодіяльний; – плановий організований
Демографічний та соціальний склад учасників подорожі	– туризм дитячий; – шкільний; – молодіжний; – сімейний; – третього віку; – інвалідів; – за професійним складом
Форми організації подорожі	– стаціонарний; – тайм-шер; – клубний; – туризм самообслуговування
Засіб пересування	– транспортний туризм та його підвиди: авіаційний, залізничний, автомобільний, водний (річковий, морський); – туризм з активними засобами пересування – пішохідний, лижний, водний, вело- та мототуризм, кінний туризм, спелеотуризм
Мета подорожі	– культурно-розважальний, пізнавальний; – етнічний, релігійний, діловий, навчальний; – спортивний, екстремальний; – рекреаційний; – промисловий; – екологічний; – екзотичний, пригодницький; – гастрономічний



Рис. 1.1. Класифікація туризму за О. Колісник (розроблено автором на основі [6])

У роботі В. Кіфяка використовується термін „внутрішньорегіональний туризм", який разом із приміським та внутрішньодержавним туризмом був віднесений автором до внутрішнього туризму. Внутрішньорегіональний туризм був визначений як „поїздки та подорожі в межах певного регіону" [5, с.81]. Регіоном у даному випадку виступає як область, так і територіальна спільність

комплексу областей, об'єднаних загальними культурно-історичними, природнокліматичними, економічними або іншими особливостями.

Туризм у суспільстві відіграє велике значення та стимулює розвиток супутніх галузей – транспортну інфраструктуру, ресторанну та готельну галузі, сферу послуг, торгівлю, виробництво сувенірної продукції, зв'язок, банківську сферу, будівництво тощо, хоча сьогодні недостатньо розвинута туристична інфраструктура та низька якість надання відповідних послуг.

Туристична галузь відіграє велику роль в економіці країн та областей окремо, забезпечуючи раціональне використання і збереження природноекологічних, культурно-історичних та інформаційно-пізнавальних ресурсів областей [17].

У широкому розумінні туристичну галузь визначають як «міжгалузевий комплекс, який передбачає здійснення його основними суб’єктами господарювання, у т.ч. через посередників (банків, страхових, транспортних компаній, закладів харчування та розміщення тощо), різних видів економічної діяльності (фінансової, маркетингової, інформаційної, страхової, банківської, транспортної, послуг розміщення та харчування, оздоровлення тощо) з метою задоволення потреб споживачів (туристів) у відпочинку, розвагах, харчуванні, оздоровленні тощо» [9, с. 34].

Таким чином, розвиток туристичної галузі області характеризується як розвиток туристичної галузі у межах саме цієї області країни (окремий комплекс, місто, місцевість, район), яку турист обирає для своєї подорожі.

1.2. Теоретико-методичні аспекти дослідження розвитку потенціалу туристичної галузі

При вивченні проблем забезпечення розвитку потенціалу туристичної галузі для багатьох дослідників туристичні ресурси є домінантним елементом, а часто і сутністю потенціалу туристичної галузі. Такий підхід невиправдано звужує проблемне поле дослідження, тому доцільно врахувати позицію О. Любіцевої, яка зазначає, що туристичні ресурси є частиною «потенціалу туристичної галузі певної області, яка включена до складу туристичного продукту і підлягає реалізації з туристичною метою» [7]. За своєю сутністю туристичні ресурси – це природні, історичні, соціально-культурні об'єкти, об'єкти туристичного показу, а також інші об'єкти, здатні задовільняти духовні потреби туристів, сприяти відновленню та розвитку їх фізичних сил, які можуть бути природного чи антропогенного походження, але саме їх локалізація на певній території викликає інтерес туриста здійснити подорож до цієї території. Отже, коротко їх можна охарактеризувати як об'єкти туристичного інтересу [1].

Згідно з економічною енциклопедією «потенціал туристичної галузі» виступає рівноцінною передумовою розвитку туризму разом з вигідним геополітичним положенням, сприятливими кліматичними умовами, розвинутою мережею транспортних сполучень, культурною спадщиною, тобто ця категорія не включає вищенаведені, що свідчить про ресурсний підхід до визначення потенціалу туристичної галузі [3, с.260].

Провівши дослідження, щодо визначення сутності потенціалу туристичної галузі можна зробити такі висновки:

- оцінка максимальних обсягів ресурсів, які можуть використовуватися у виробництві туристичних товарів та послуг, робиться переважно на основі ресурсного підходу;
- частина науковців переводить потенціал туристичної галузі до загальної структури економічного потенціалу, тим самим спрощує його соціально-економічну та екологічну роль для областей країни.

Значна риса, яка відрізняє туристичну галузь від інших, – є неможливість виготовлення послуги та товару заздалегідь та накопичити на складі тому споживач (турист) приймає непрогнозоване рішення через непередбачені обставини і може відмовитись від наданих послуг.

Якщо під туристичним ресурсом розуміти несистематизовану сукупність усіх наявних та потенційних засобів, то із залученням людського ресурсу, можливостей продуктивних сил, організаційних здібностей, інвестицій, необхідних для формування туристичного продукту, ми можемо говорити про потенціал туристичної галузі, який має кількісну оцінку і може визначатись обсягами конкретних наданих туристичних послуг, як поодиноких, так і комплексних [10].

Дослідивши думки різних науковців щодо застосування різних підходів до понять «туристичні ресурси» та «потенціал туристичної галузі», ми дійшли висновку, що поняття «туристичний ресурс» вужче, ніж «потенціал туристичної галузі». Основою формування потенціалу туристичної галузі, окрім ресурсного забезпечення (рекреаційно-туристичні, трудові, фінансовоінвестиційні, технічні ресурси), є також стан туристичної інфраструктури (виробничої й соціальної), інституційне середовище, геоекономічний стан і геополітична компонента.

Під потенціалом туристичної галузі, на відміну від інших, слід розуміти як сукупність наявних та потенційних економічних, унікальних природно-ресурсних, культурно-історичних, трудових, виробничих, соціальних, фінансово-інвестиційних, технологічних, інформаційних, екологічних, релігійних особливостей елементів міст, областей, країни, його здатності, яка носить природний характер або виникла в результаті діяльності людини (штучно) й можуть використовуватись або використовуються з метою здійснення фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та

туризм) та сприяти розвитку туристичної галузі для забезпечення та досягнення збалансованого розвитку та стійкості економіки країни. [17, с.44].

Представимо потенціал туристичної галузі на основі взаємодіючих та взаємопов'язаних потенціалів (рис. 1.2.): економічно-соціальний (фінансовий, інформаційний, інвестиційний, інноваційний, організаційно-управлінський, маркетинговий, матеріально-технічний, соціальний); інфраструктурний; природно-ресурсний; культурно-історичний; культурно-історичний; потенціал довкілля та навколишнє середовище; політико-правовий.

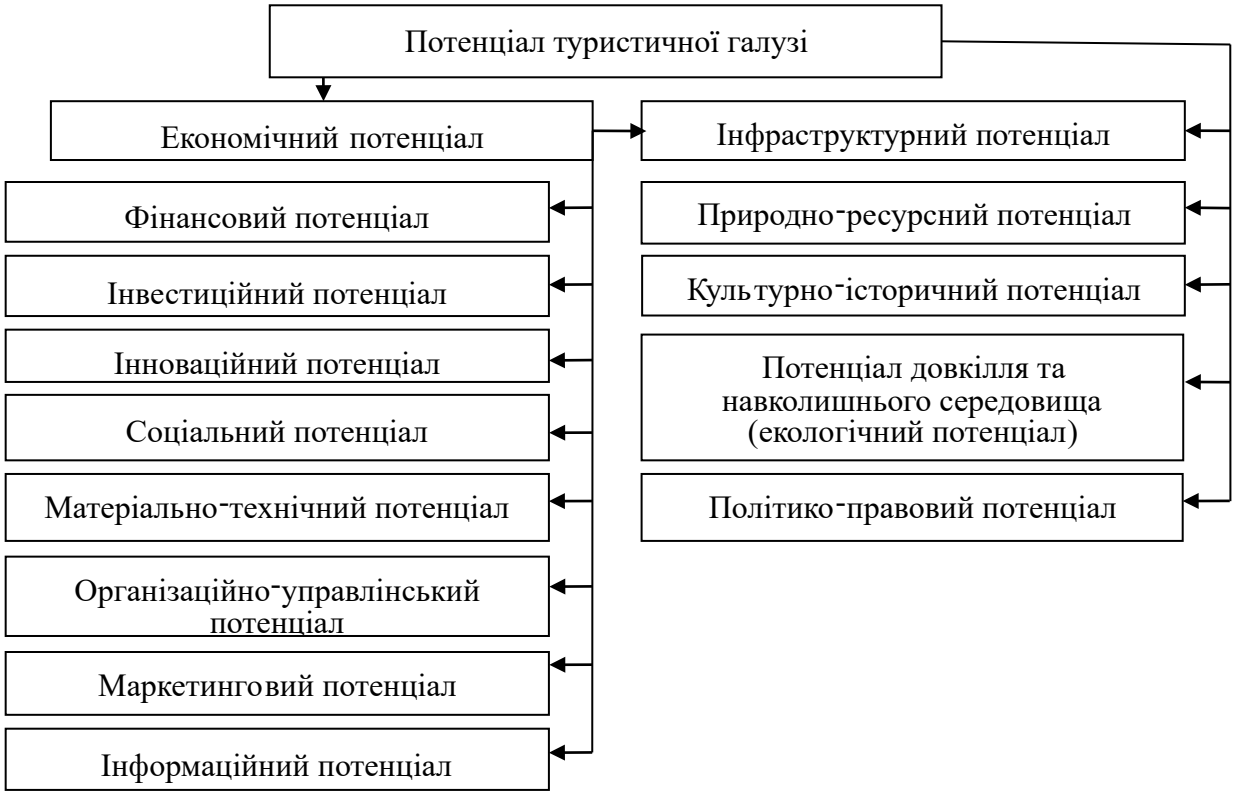


Рис. 1.2. Потенціал туристичної галузі (розроблено автором) [17, с.44]

Економічний потенціал туристичної галузі характеризується здатністю відтворення туристичного продукту на національному (місцевому) рівні, наявність матеріальних, природних, інтелектуальних та інших ресурсів, до складу якого входять:

- фінансовий потенціал туристичної галузі – наявність необхідного обсягу коштів для здійснення діяльності в туристичній галузі;
- інвестиційний потенціал туристичної галузі – можливість для інвестування коштів у туристичні області країни;
- інноваційний потенціал туристичної галузі – наявність певних соціально-економічних ресурсів, які спрямовані на розробку та реалізацію нововведень в туристичній діяльності з метою задоволення потреб туристів;
- соціальний потенціал туристичної галузі – наявність необхідного спеціально підготовленого висококваліфікованого персоналу, зайнятого в діяльності туристичної галузі країни, який здатний ефективно та якісно працювати для досягнення поставленої мети;
- матеріально-технічний потенціал туристичної галузі – здатність країни (області) щодо відтворення туристичного продукту;
- організаційно-управлінський потенціал туристичної галузі – професійні висококваліфіковані навички та здібності менеджменту різних рівнів управління для формування, розвитку, організації підприємств та туристичної галузі областей країни;
- маркетинговий потенціал туристичної галузі – спроможність планувати, розробляти туристичні товари і послуги за прийнятними для споживачів цінами, інформувати споживача щодо туристичного продукту країни (області), здатність просувати товари і послуги, стимулювати попит на вітчизняні туристичні продукти;
- інформаційний потенціал туристичної галузі – можливість організаційно-технічних та інформаційних засобів для прийняття управлінських рішень.

Інфраструктурний потенціал туристичної галузі – можливість в областях країни забезпечити необхідною кількістю та якістю наданих послуг

підприємствами харчування, розміщення, транспорту, дозвілля тощо для задоволення потреб туристів.

Природно-ресурсний потенціал туристичної галузі – здатність природних систем без шкоди для себе (а, отже, і для людей) віддавати необхідну людству продукцію або робити корисну для нього роботу в межах господарства певного історичного типу; можливості України та її областей з використання сукупних природних багатств у туристичній діяльності [17, с.45].

Культурно-історичний потенціал туристичної галузі – це наявні історикокультурні цінності областей країни.

Потенціал довкілля та навколишнього середовища (екологічний потенціал) туристичної галузі – взаємовідносини людини і навколишнього середовища, які обумовлюють виживання, розвиток, існування, репродукцію, демографічну динаміку країни (області), окремих його верств і індивідуумів.

Політико-правовий потенціал туристичної галузі – політичний стан в країні, політика відкриття кордонів, пом'якшення адміністративного контролю в туристичній галузі, уніфікація податкової і грошової політики.

Необхідно зазначити, що кількість видів потенціалу, які формують потенціал туристичної галузі, залежить від поставленої мети, завдань та наявних туристичних ресурсів в областях країни.

Аналіз конкурентних переваг потенціалу туристичної галузі сприяв формуванню основних елементів, серед яких:

– рівень ресурсного забезпечення – природні рекреаційні ресурси, культурно-історична спадщина, релігійно-культові об'єкти;

– інфраструктурний рівень (геополітичне та географічне розташування області, розвиток загальної інфраструктури – забезпеченість дорогами, вокзалами, аеропортами, комунікаціями, контрольно-пропускними пунктами тощо);

– виробничий рівень – діяльність туроператорів і турагентів, будинків відпочинку та туристичних баз, санаторно-курортних об’єктів, анімаційних і ресторанних закладів;

– інноваційний рівень – рівень інформатизації, розвитку науки;

– інституційний рівень – здатність країни виконувати рекреаційнотуристичні функції; ступінь розвитку інституціонального середовища;

– фінансовий рівень – стійкість фінансової системи, збалансованість бюджетів, прибутковість туристичної галузі;

– споживчий рівень – потреба в рекреаційних і туристичних послугах, купівельна спроможність населення, туристичні потоки;

–інтелектуальний рівень – людські ресурси, рівень освіти, якість людського капіталу [5].

Системи забезпечення потенціалу туристичної галузі та їх складові подано в таблиці 1.2.

Таким чином, на основі аналізу туристичних ресурсів можна стверджувати, що кожна область України формує потенціал туристичної галузі, релевантний можливостям суб’єктів туристичної діяльності використовувати туристичні ресурси території. Потенціал туристичної галузі сприяє підвищенню привабливості областей країни для туристів, а туристичні області робить перспективними [16].

Таблиця 1.2

Системи забезпечення та складові потенціалу туристичної галузі [13]

Система забезпечення	Складові елементи
Рекреаційнотуристичні ресурси	– природні туристичні ресурси; – туристичні ресурси антропогенного походження (історико-архітектурні пам'ятники, культурні та релігійні цінності тощо); – матеріально–технічна база туризму; – туристична інфраструктура; – постачальники обладнання, інформація.

Інтелектуальна система	– людські ресурси; – експерти та консультанти; – підготовка фахівців турбізнесу; – підготовка комерційного персоналу.
Фінанси	– кошти інвесторів; – засоби споживачів, готових оплатити надані туристичні послуги; – кошти інвесторів, що спрямовуються на: завершення будівництва об'єктів туристичного призначення, а також реконструкцію і модернізацію працюючих підприємств комплексу; – будівництво об'єктів інфраструктури, індустрії відпочинку та розваг; – розробка і застосування нових технологій використання туристичних ресурсів; – здійснення заходів, спрямованих на поліпшення сервісу туристів.
Маркетинг	– маркетингова компанія; – цінова політика.
Інновації	– нові технології розробки і надання туристичного продукту; – впровадження нових технологій розробки тур продуктів.

Одним із найскладніших та актуальних питанньсьогодні є управління потенціалом туристичної галузі країни з метою ефективного використання потенціалу туристичної галузі, оскільки існують значні міжрегіональні відмінності та суб’єктивізм в управлінні цією галуззю, що призводить до значних проблем. Отже, управляти розвитком потенціалу туристичної галузі необхідно шляхом удосконалення методичних підходів в управлінні туристичною галуззю, розвитком науки та практики в цій галузі.

РОЗДІЛ 2
ДІАГНОСТИКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз сучасного стану використання потенціалу туристичної галузі України

Фактично у цілому світі, як і в Україні спостерігається значне відновлення туристичних потоків порівняно з низькими рівнями початку 2021 року. Хоча це збільшення на фоні поганих показників не компенсує зазнаних втрат від впливу пандемії COVID-19. Прибуття туристів залишається на 36% у Європі і на 40% у Америці нижче рівня 2019 року, тобто до початку пандемії в обох регіонах відповідно [19]. Вторгнення росії в Україну посилило невизначеність у світовій економіці, підірвало довіру споживачів і Європи, щодо безпечного відпочинку та збільшило невизначеність щодо інвестицій та подальшого розвитку індустрії туризму.

Наприкінці 2021 року відбувались позитивні тенденції у відродженні туристичного бізнесу, оскільки приплив туристів в Україну досяг 3 млн. осіб [20]. Прибуток від туристичної сфери, знову почав зростати та набирати обертів після спалаху пандемії. Але згодом частину бронювань у туристичній сфері було скасовано на початку 2022 року, коли напруга між Україною та росією загострилася та було розпочато повномасштабне вторгнення країни-агресора. З початком повномасштабної війни туристична галузь опинилася в найгіршому стані за всю історію розвитку української туристичної індустрії [21].

Туристично-рекреаційний потенціал території формують ті ресурси, які на сьогоднішній день використовуються, а також ті, які через низку об’єктивних соціально-економічних причин недоступні, але можуть бути використані за певних умов. Туристично-рекреаційний потенціал включає два поняття, які нерозривні та взаємодоповнюють одне одного: рекреаційний потенціал, як

природну складову, тобто ступінь здатності території позитивно впливати на фізичний, психічний та соціально-психологічний стан людини під час відпочинку, та туристичний потенціал – культурноісторичну спадщину – як антропогенну складову, а також певні ландшафтні комплекси, де відбувається туристична діяльність, знаходяться окремі природні або антропогенні туристичні об'єкти, які відвідуються туристами, зокрема музеї, пам'ятки культури, архітектури, археології, традиції населення, народні промисли тощо[1].

Туристично-рекреаційний потенціал України змінився ще з часів початку російсько-української війни у 2014 р., адже анексія Криму та воєнні дії в Донецькій та Луганській областях призвели до неможливості використання туристично-рекреаційних ресурсів цих територій.

Таблиця 2.1

Туристично-рекреаційний потенціал областей, що частково знаходять під окупацією або розташовані поблизу

Область	**Об'єкти природно заповідного фонду**	**Історичні та пам'ятки архітектури**	**Значущі об'єкти**
Миколаївська	89 територій, в т.ч. частина Чорноморського біосферного заповідника.	3,3 тисячі пам'яток, у тому числі 143 пам'ятки, 3 музеї з 8 відділами та історикоархеологічний заповідник «Ольвія».	Сприятливий клімат, піщані пляжі уздовж Чорноморського узбережжя, джерела мінеральних вод, лікувальні грязі.
Херсонська	69 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, 2 біосферні заповідники -Асканія-Нова ім. Ф.Е. ФальцФейна і Чорноморський.	5,9 тис пам'яток, з них 143 входять до Державного реєстру національного надбання, 3 музеї з 6 філіалами і відділами.	Чорноморське і Азовське узбережжя в межах області (>200 км).
Запорізька	299 територій та об'єктів природно-заповідного фонду, частина відділу українського степового заповідника «Кам'яні Могили»	6,8 тис пам'яток, в тому числі 25 пам'яток архітектури і містобудування, 3 заповідники, 16 музеїв із 2 відділами. Національний заповідник «Хортиця»	Сприятливі кліматичні умови, узбережжя Азовського моря.

Одеська	92 природно-заповідні території, в тому числі заповідник Дунайські плавні, пам'ятки природи – Михайлівський яр і Одеські катакомби, ботанічний сад Одеського університету.	7,4 тисяч пам'яток, з яких 1440 – пам'ятки містобудування і архітектури. 3 музеї з 7 філіалами і відділами, в тому числі перший в Україні музей – музей старожитностей в Одесі.	о. Зміїний площею 1,5 км^2. Сприятливі кліматичні умови, численні пляжі (>300 км), лікувальні грязі, джерела мінеральних вод.
Харківська	135 територій та об'єктів природно-заповідного фонду.	Загальна кількість пам'яток складає 2535 одиниць, 15 державних музеїв і заповідників.	Мінеральні джерела, курорти Березівські мінеральні води і РайОленівка.

Вплив конфлікту та військова агресія має значний і тривалий вплив на індустрію туризму в постраждалих регіонах. Дослідження зосереджені на впливі конфлікту на індустрію туризму, надаючи розуміння факторів, які сприяють зменшенню кількості туристів, втраті робочих місць, закриття туристичних підприємств, завдають шкоди туристичній інфраструктурі, економіці та загальному розвитку країни. Також виникають проблеми з безпекою, виникають обмеження на подорожі, оскільки відбуваються руйнування туристичної інфраструктури, що є одним з головних факторів, що сприяють занепаду. Занепокоєння щодо безпеки відвідувачів у постраждалих регіонах породив занепокоєння туристів, що призвело до зменшення кількості міжнародних відвідувачів у цілій країні [26].

Загалом у період воєнного стану через посилення заходів безпеки та обмеження пересування можуть постраждати об'єкти туризму та відпочинку. Робота цих об'єктів може бути обмежена або призупинена, і відвідувачі можуть зіткнутися з труднощами. Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних регіонах України в період дії воєнного стану залежить від конкретних обставин оголошення воєнного стану та ступеня його впливу на регіон [25,27].

У даній ситуації внутрішній туризм має свої особливості з точки зору певних дозволів та обмежень щодо відпочинку та подорожей, запроваджених під час війни у відносно безпечних західних і центральних областях, які

потрібно враховувати туристичним компаніям при створенні та організації екскурсій та подорожей.

Формування та організація маршрутів та подорожей з урахуванням розташування бомбосховищ поблизу. Туроператорам та гідам, які створюють туристичні маршрути, варто розглянути можливість надання туристам притулків у разі повітряної тривоги.

При плануванні екскурсійної поїздки або походу з тривалим маршрутом в Україні варто враховувати час, оскільки в на сьогоднішній день діє комендантська година. Для забезпечення правопорядку в умовах воєнного стану в усіх областях України введено комендантську годину. Як правило, з 23:00 до 5:00:00. Тому цю вимогу слід враховувати при плануванні відпустки та відвідування певних місць. Зазначимо, що кожен регіон та область має свої особливості туристичної діяльності своєї території в період воєнного стану, в більшості випадків це пов’язано з певними обмеженнями, які діють для окремих регіонів (табл. 2.2.).

Таблиця 2.2

Особливості відпочинку та роботи туристичних об'єктів у різних областях України

Область	**Особливості**
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська, Волинська області	Заборонено відвідування зелених зон та лісів, які розташовані поза межами житлових масивів, дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначений військовою адміністрацією
Львівська область	Дозволено відвідувати ліси, але заборонено пересуватися по них на транспорті. Виключенням є випадки, коли через ліс пролягає транзитний шлях або людина пересувається на велосипеді. Дозволено відпочивати біля водойм, перелік яких встановлений військовою адміністрацією
Закарпатська область	Дозволено відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, заборонені польоти на одномоторних літаках
Івано-Франківська область	Дозволено відвідувати ліси та гори, заборонено пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Дана заборона поширюється на курорт Буковель

Тернопільська область	Дозволено відвідувати ліси, однак заборонено розпалювати багаття. Всі туристичні об’єкти працюють в звичному режимі
Вінницька область	Заборонено відвідування лісів, дозволена туристична діяльність біля водойм, крім тих місць, які знаходяться неподалік об’єктів інфраструктури
Рівненська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, які знаходяться в північній частині
Житомирська область	Дозволено відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, крім територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволено працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття
Хмельницька область	Дозволено відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об’єкти працюють в звичному режимі
Чернівецька область	Дозволено відвідувати ліси. Туристичні об’єкти працюють в звичному режимі
Миколаївська область	Дозволено відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями

Значної уваги варто приділити маркетинговим стратегіям, політичним втручанням та розвитку інфраструктури для підтримки та відновлення індустрії туризму в регіонах, постраждалих від військової агресії. Ці дослідження дають важливу інформацію про потенційні стратегії пом’якшення негативних наслідків конфлікту для індустрії туризму. Вплив війни на індустрію туризму може бути значним, із великим зниженням кількості туристів, доходів і втратою робочих місць у постраждалих регіонах, економічними труднощами для місцевого бізнесу, а також завдано значної шкоди туристичній інфраструктурі (включаючи дороги та транспортні засоби, ускладнений доступ туристів до певних регіонів та подорожі в них), пам’яткам архітектури, природним рекреаційним ресурсам та ін.

Основні фактори впливу військової агресії на туристичну діяльність в постраждалих регіонах;

- пам’ятки: агресор пошкодив або знищив багато туристичних пам’яток, включаючи історичні пам’ятки, пам’ятки культури та природні заповідники, зробивши регіони України менш привабливими для туристів.

Відбудова інфраструктури та пам’яток буде важливою для відновлення та зростання туристичної галузі у всіх регіонах країни;

- політична стабільність: політична нестабільність у регіоні також стримує туристів від відвідування, оскільки вони стурбовані своєю безпекою та стабільністю регіонів;

- економічні умови: економічні умови в регіоні, включаючи високий рівень безробіття та низький рівень доходів, ускладнили місцевим підприємствам інвестувати в індустрію туризму та пропонувати високоякісні послуги туристам у сфері обслуговування;

- маркетинг і промоція: відсутність маркетингу та промоції регіонів та цілої країни як туристичного напряму сприяє зменшенню кількості відвідувачів, особливо іноземних;

- сезонність: сезонність індустрії туризму, коли багато туристів віддають перевагу відвідуванням у літні місяці, також сприяла зменшенню кількості відвідувачів, оскільки конфлікт ускладнив відвідування туристів у пік сезонного попиту;

- якість: зниження якості туристичних послуг є ще одним фактором, який сприяє спаду туризму. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до зниження якості послуг, що пропонуються туристам, що ще більше стримує туристів від відвідування регіону. Покращення якості туристичних послуг буде важливим для залучення більшої кількості відвідувачів у регіони країни;

- проблеми безпеки: туристи стурбовані своєю безпекою в регіоні через триваючий конфлікт, який змусив багато країн видавати туристичні рекомендації, застерігаючи своїх громадян від поїздок до постраждалих регіонів. Вирішення цих проблем безпеки буде мати вирішальне значення для відновлення індустрії туризму в регіоні [28].

Загалом ці фактори сприяють занепаду туризму як в постраждалих регіонах України, та і в цілій державі. Усунення цих факторів матиме вирішальне значення для відновлення та зростання індустрії туризму як в постраждалих регіонах так і в країні загалом.

Загалом вирішення проблем безпеки туристів, відбудова інфраструктури та атракціонів, покращення якості туристичних послуг, а також посилення маркетингових і рекламних зусиль будуть мати вирішальне значення для відновлення та зростання туристичної галузі в постраждалих регіонах України. Інвестиції в індустрію туризму не тільки сприятимуть підтримці місцевої економіки, але й сприятимуть загальному процесу розбудови миру в регіонах шляхом сприяння культурному обміну та розвитку взаєморозуміння та спілкування між різними громадами.

Поточний стан індустрії туризму в постраждалому регіоні України можна охарактеризувати значним зниженням кількості туристів і доходів після початку повномасштабного вторгнення країни-агресора. Конфлікт негативно вплинув на індустрію туризму в Україні, особливо в східних регіонах, які найбільше постраждали. Зменшення кількості туристів і доходів мало значний вплив на індустрію туризму в постраждалому регіоні України. Багато готелів та інших туристичних підприємств закрилися або скоротили свою діяльність через падіння попиту. Це призвело до втрати роботи та економічних труднощів для багатьох людей у постраждалих регіонах.

Великих втрат туристична індустрія України, особливо у східних областях почала зазнавати ще з 2014 року, коли почалась російська окупація Кримського півострова, який користувався великою популярністю серед туристів як внутрішні, та к закордонних відвідувачів. За даними Державної служби статистики України, кількість міжнародних туристичних прибутків в Україну скоротилася з 14,2 млн у 2013 році до 9,9 млн у 2016 році, тобто на 30%. Дохід від індустрії туризму також скоротився з 1,8 мільярда доларів у 2013 році до 1,2

мільярда доларів у 2016 році, що на 33%. Незважаючи на ці виклики, в останні роки в туристичній галузі в Україні спостерігались певні показники відновлення туристичної діяльності. У 2019 році кількість міжнародних туристів зросла до 13,4 мільйона, а доходи, отримані туристичною галуззю, зросли до 2,6 мільярда доларів у тому ж році. Проте пандемія COVID-19 з того часу мала значний вплив на туристичну індустрію в усьому світі, включно з Україною і це негативно вплинуло на відновлення туристичної галузі загалом [23].

Кількість відвідувачів до нашої столиці за 2022 рік дуже зменшився, оскільки до лютого 2022 року стабільно зростала чисельність іноземних та вітчизняних туристів. Причиною є агресія росії проти України, оскільки чисельність іноземних туристів, що відвідали столицю міста Київ скоротилася у 3 рази, а це близько 300 тисяч осіб у І півріччі у 2021 року, а у І півріччі 2022 року чисельність іноземних відвідувачів знизилась до 98 тисяч осіб. За даними дослідженнями іноземними туристами нашої столиці на протязі останніх років були громадяни таких країн, як Туреччина, США, Ізраїль, Польща, Німеччина, Індія, Азербайджан, Франція та Італія, а це близько 60% від загальної кількості іноземних відвідувачів, які побували у Києві з туристичною метою.

Значно скорочуються надходження коштів до місцевих бюджетів від туристичної сфери. У І півріччі 2022 року бюджет столиці Київ отримав 24,1 мільйона гривень туристичного збору, а у І півріччі 2021 році дана цифра становила 76 мільйонів гривень, а це значно більше, ніж з початком повномасштабного вторгнення країни-агресора. Станом на 27.09.2022 року бюджет столиці становить 30,5 мільйона гривень, що і показує дуже низькі показники по надходженнях до місцевого бюджету [22].

За підрахунками Державного агентства розвитку туризму визначено, скільки недоотримав податків державний бюджет України від туристичної галузі через війну. За 2022 рік за туристичну галузь в Україні податків сплачено 1 млрд 551 млн 182 тис. грн, що є менше на 31% ніж у 2021 році, коли до

бюджету надійшло 2 млрд 231 млн 860 тис. грн. Загальна кількість платників податків, що працюють у туристичній сфері за рік скоротилася на 17%.

Відповідно ми бачимо, що надходження податків від класифікованих видів туристичної діяльності у 2022 році зменшилося практично за всіма видами туристичного бізнесу. Єдиним виключенням стали об'єкти діяльності інших засобів тимчасового розміщування, оскільки тільки їхня кількість зросла на 45,9%. За всіма іншими об'єктами класифікації у туристичні сфері показники до 2022 року по відношенні до 2021 року зменшилися відповідно на 26,7-57% (табл. 2.2.).

Таблиця 2.3

Надходження податків від туристичної галузі в Україні за 2022 р.

Об'єкти оподаткування*	Надходження податків за 2022 р., тис. грн	Надходження податків в 2022 р. порівняно з 2021р., %
Діяльність готелів і подібних засобів тимчасового розміщення	898 381,44	-30,3
Діяльність туристичних агентств	204 795,22	-26,7
Діяльність туристичних операторів	167 858,10	-35,2
Діяльність засобів розміщування на період відпустки та іншого тимчасового проживання	141 163,66	-57
Діяльність інших засобів тимчасового розміщування	137 394,00	+45,9

Примітка* – КВЕД (класифікація видів економічної діяльності) галузей туризму

Джерело: сформовано автором на основі даних ДАРТ [24].

Значна частина надходжень до держбюджету за 2022 рік сплачена готелями та подібними засобами тимчасового розміщення складала 898 млн грн.

Хоча ця сума все ж таки на 30% менша ніж у 2021 році. В той час до бюджету країни надійшов 1 млрд 288 млн грн. Зафіксовано приріст сплаченого податку на 46% від діяльності гуртожитків та пансіонатів, що використовували для тимчасового прихистку для людей, які вимушено покинули свої домівки через війну. Частка податкових надходжень до державного бюджету від діяльності дитячих таборів відпочинку, турбаз та кемпінгів зменшилася на 57% - сплачено 141 млн грн податку у 2022 році проти 328 млн грн за 2021 року.

Від діяльності туристичних операторів податки до державного бюджету зменшилися на 35%, які сплачено у держбюджет у 2022 році у обсязі 167 мільйона 858 тис. грн, тоді як у 2021 році їх сума складала 259 млн 5 тис грн.

Доходи від діяльності туристичних агентств, які сплатили до держбюджету 2022 року 204 млн 795 тис. грн податків також зменшилися на 27% від, оскільки у 2021 році казну держави вони поповнили сумою 279 млн 265 тис. грн. (Рис 2.1).

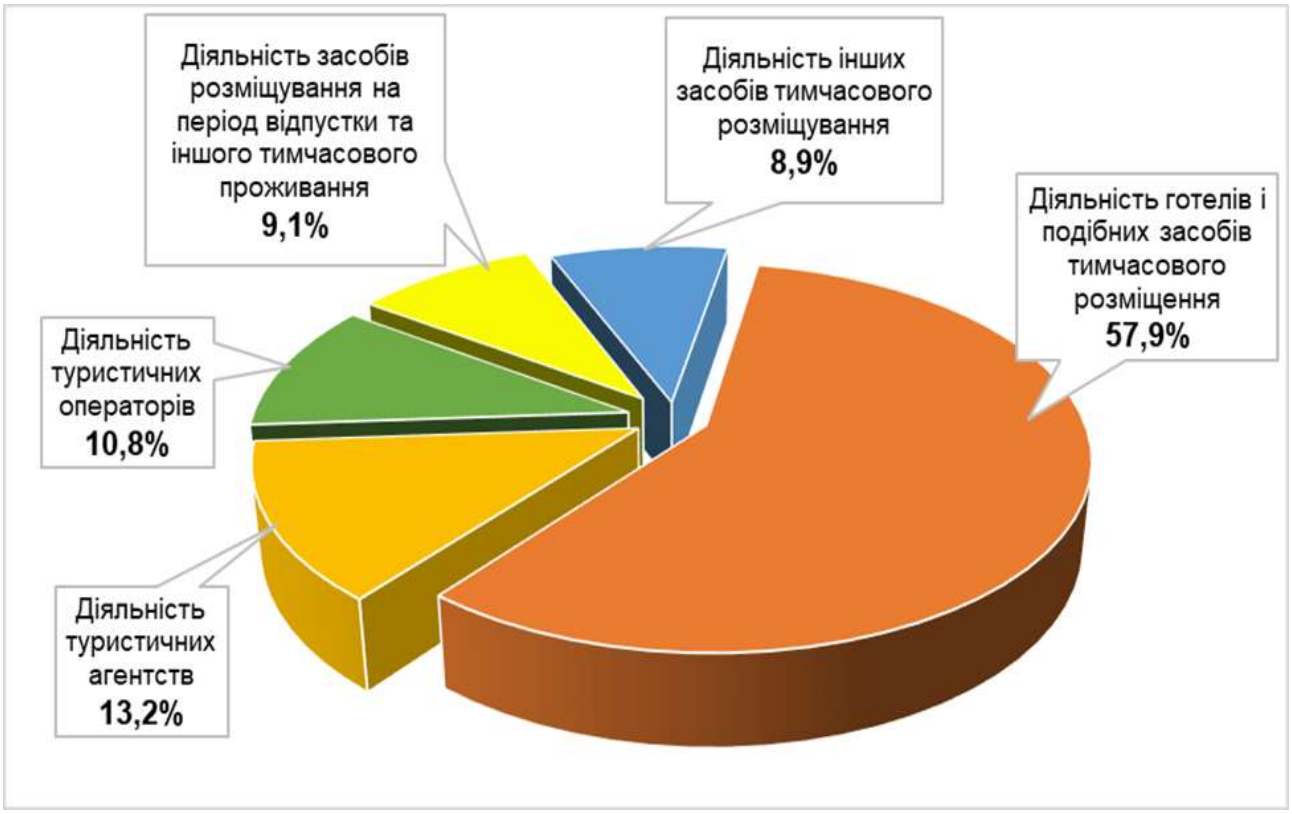


Рис. 2.1. – Відсоткова частка надходжень до державного бюджету України кожного КВЕД у галузі туризму

Джерело: сформовано автором на основі даних ДАРТ [24]

Збільшення розміру сплаченого податку у 2022 році по відношенні до 2021 року показали Львівська (273 млн проти 215 млн), Київська (164 млн – проти майже 125 млн), Івано-Франківська (159 млн – проти майже 131 млн), області. Зменшення податкових надходжень зафіксовано у Києві та Одеській області, у Одесі зменшилося на 58%, а у м. Київ – на 46%.

Голова Державного агентства розвитку туризму Мар'яна Олеськів наголосила, «Що туристична галузь України працює, однак потребує підтримки від українців. Сплачуючи податки, ми фінансуємо нашу економіку левова частка доходів якої йде на оборону та армію та допомогу ЗСУ».

За період воєнного стану за 2022 рік сума туристичного збору склала 178 млн 948 тис. грн, що значно менше (на 24%) в порівняні з 2021 роком, оскільки тоді сума туристичного збору становила 235 млн 461 тис. грн. (табл. 2.4.)

Таблиця 2.4.

Туристичний збір в 14 областях України за 2022 рік, які перебували або перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані

Область, місто	Туристичний збір за 2022 р., грн	Зменшення надходження від туристичного збору в 2022 р. порівняно з 2021 р., %
Херсонська	314 тис	-95
Луганська	418 тис	-80
Сумська	586 тис	-58
Донецька	686 тис	-83
Миколаївська	789 тис	-90
Чернігівська	1 млн 061 тис	-53
Житомирська	1 млн 709 тис	-24
Запорізька	1 млн 971 тис	-78
Харківська	3 млн 372 тис	-61
Одеська	5 млн 372 тис	-80
Київська	8 млн 727 тис	-43
Дніпропетровська	9 млн 95 тис	-15
Рівненська	1 млн 256 тис	-14
м. Київ	31 млн 474 тис	-54

Джерело: сформовано автором на основі даних ДАРТ [24]

Зменшення доходів від туристичного збору зафіксовано в 14 областях України. Це в основному області, які перебували або в даний час перебувають в зоні бойових дій та тимчасово окуповані. Для прикладу у Херсонській області сума туристичного збору скоротилася на 95%, у Миколаївській – на 90%, у

Донецькій – на 83%, у Луганській – на 80%. Також значний спад відбувся в Одеській (80%),Запорізькій (78%), Харківській (61%), Сумській (58%), м. Київ (54%),Чернігівській (53%), Київській (43%) та Житомирській (24%) областях. У Дніпропетровській та Рівненській областях доходи від туристичного збору зменшились на 15%.

Лідером серед областей України по кількості туристичного збору у 2022 році стала Львівщина – 41 млн 430 тис. грн., показавши приріст 79% в порівнянні з 2021 роком. Столиця, збільшила свій бюджет на 31 млн 474 тис. грн, хоча в порівняні з 2021 роком ця сума була менша у удвічі. Також серед лідерів по сплаті туристичного збору є області Закарпатська– 19 млн 471 тис. грн Івано-Франківська – 17 млн 956 тис. грн та Черкаська – 12млн 555 тис. грн.

Військові дії мають значний негативний вплив на індустрію туризму регіонів та цілої країни. Причини щодо військових дії та їх вплив на туризм є занепокоєння щодо безпеки; зменшення попиту; пошкодження інфраструктури; втрата робочих місць та негативний імідж, а це все маж вагомий вплив на розвиток туристичної діяльності в Україні.

Загалом, вплив військових дій на індустрію туризму є дуже серйозним та передбачає серйозні втрати у туристичній та інших сферах, і наслідки можна відчувати протягом багатьох років після закінчення військових дій.

2.2. Оцінка потенціалу туристичної галузі Запорізької області

Розвиток туристичної галузі здатен внести значний вклад в економіку областей та країни в цілому. За даними ЮНВТО, розвиток туристичної галузі активізує діяльність 32 економічних галузей, а завдяки мультиплікативному ефекту віддача від туристичної галузі в кілька разів перевищує витрати на нього.

При цьому однією з основних тенденцій сучасного світового туристичного ринку є прагнення до дотримання принципів збалансованого розвитку.

Запорізька область є одними із головних центрів розвитку економічного, виробничо-технологічного й інтелектуального потенціалу України, мають давню історію і багату культурну спадщину [38, с.130].

Сформований на сьогодні результативний імідж області розглядається як цінний ресурс для подальшого всебічного розвитку потенціалу у туристичній галузі. Цей ресурс складається з багатьох елементів, які у гармонійному поєднанні є тими конкурентними перевагами, що дозволяють області обійняти провідні позиції серед інших областей України в економічному розвитку та залученні інвестицій [38, с.131].

Запорізька область має вигідне економікогеографічне розташування, достатньо розвинену транспортну інфраструктуру, сприятливі природні та кліматичні умови, значний природно-ресурсний потенціал, джерела мінеральної води і лікувальні грязі для здійснення різних видів туристичної діяльності, яка розташована у південно-східній частині України.

На півдні Запорізька область омивається берегами Азовського моря (курорт державного значення Бердянськ, місто Приморськ та селище Кирилівка) та в центрі міста Запоріжжя розташований острів Хортиця [37].

У Запорізькій області функціонує близько 500 оздоровчих закладів, які використовують мінеральні води та лікувальні грязі майже всіх відомих бальнеологічних типів (в лікувальних цілях) та 30 садиб зеленого туризму.

Курортні та рекреаційні території складають майже 15 % площі Запорізької області. Своєрідністю краю є унікальне поєднання природних умов, ландшафтів, різноманітних рекреаційних ресурсів із низкою емоційно потужних пам’яток історії, археології, монументального мистецтва та архітектури.

Рекреаційний потенціал Запорізького Приазов'я створює передумови для перспективного розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області.

Висвітлення результатів досліджень щодо виробництва, попиту та пропозиції бальнеологічних послуг у області здійснюється спеціалістами різних галузей в інформаційному просторі відповідно до галузі їх професійної діяльності, зокрема спеціалісти медичної галузі досліджують лікувальні характеристики природних мінеральних вод (як основного ресурсу для виробництва та надання бальнеологічних послуг), визначають їх лікувальний ефект при певних показаннях для лікування певних захворювань; спеціалісти лікувальних бальнеологічних закладів через свої інформаційні портали інформують ринок цільових споживачів про характер бальнеологічних послуг та їх якості, що виробляються ними; геологи, географи досліджують фізико-хімічні характеристики мінеральних вод, їх місцезнаходження, фізичні обсяги родовищ, визначають їх особливості як природного рекреаційного ресурсу; економісти, використовуючи досліджену спеціалістами різних галузей інформацію щодо природних рекреаційних ресурсів, визначають ринкову вартісну цінність цих ресурсів; туристичні оператори та агентства рекламують і просувають на ринок бальнеологічні послуги як правило у комплексі з перевагами супутньої інфраструктури – природи, клімату, матеріально-технічної бази, послуг розваг, історичних та культурних пам'яток, екскурсій тощо.

Відзначаючи цінність названих галузевих напрямків досліджень, зауважимо, що на ринку лікувально-оздоровчих послуг (зокрема, бальнеологічних) взаємодіють виробники та споживчі і надання цих послуг можливе за наявності в областях країни природних лікувальних мінеральних вод, виробничих потужностей лікувально-оздоровчих закладів і закладів інфраструктури. Попит на бальнеологічні послуги громадян із певними патологіями організму не обмежується національним ринком

лікувальнооздоровчих послуг, оскільки важливість здоров'я змушує їх звертатись і до пропозицій інших держав.

Це зумовлено тим, що ринок лікувально-оздоровчого туризму регулює попит та пропозиції своїх послуг оцінкою споживчих їх характеристик та економічними умовами (вартістю саме лікувально-оздоровчих послуг, трансферу, харчування, проживання, розваг тощо).

У 2019 р. здійснювали туристичну діяльність на території Запорізької області 153 суб'єктів (61 юридичні особи та 92 фізичних осіб-підприємців), послугами яких скористались 56,8 тис. туристів та екскурсантів, у той час як у 2018 р. працювало 188 суб'єктів туристичної діяльності які надали послуги 56,4 тис. туристів та екскурсантів [34].

З рисунку 2.1. зображено порівняння з Дніпропетровською областю, бачимо, що за 2013-2015 рр. кількість туристів значно зменшилась. У 2015 році спостерігається найнижчий рівень відвідування туристами областей, майже в 2 рази менше, ніж у 2013 році, таке зниження туристичного потоку пояснюється загальноекономічним спадом, політичною нестабільністю та бойовими діями на сході країни.

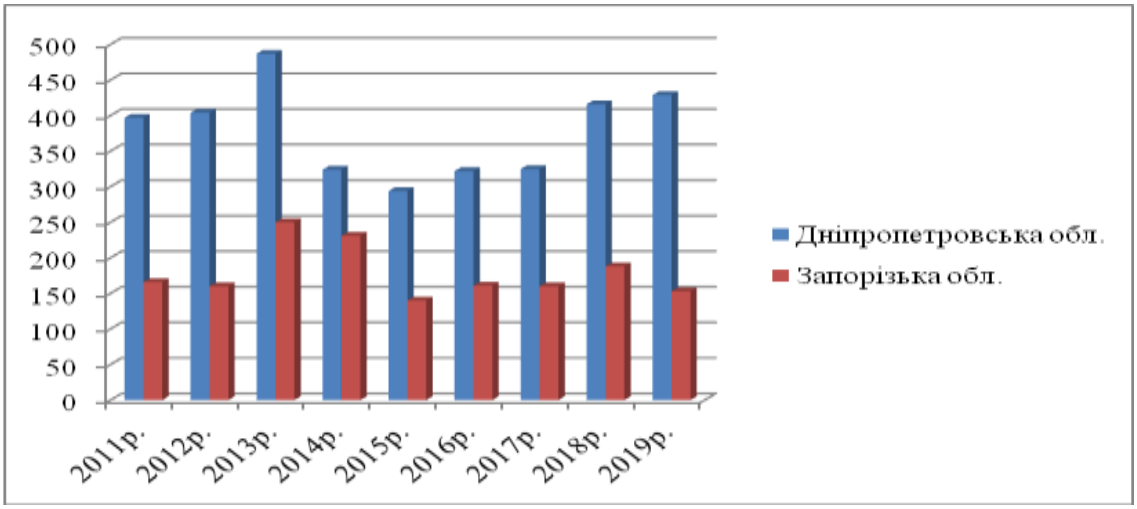


Рис. 2.1. Кількість туристів, обслугованих туроператорами та турагентами у Дніпропетровській та Запорізькій області у 2011-2019 рр. [34]

Важливе значення має структура туристичного потоку залежно від виду туристів і мети їх поїздок (табл. 2.5.).

Таблиця 2.5

Розподіл туристів, обслугованих туристичними організаціями, за метою поїздки та видами туризму [34]

Рік	Обслуговувано туристів, усього	За метою поїздки						З них діти віком 0–17 років
		службова, ділова, навчання	дозвілля, відпочинок	лікування	спортивний туризм	спеціалізований туризм	інші	
2011	60055	2105	53357	3949	100	419	125	9806
2012	35428	491	32928	1200	788	–	21	4190
2013	54415	941	52153	1069	239	–	13	7993
2014	39010	440	38266	296	6	–	2	5424
2015	30922	568	30266	88	–	–	–	4079
2016	40376	280	39138	958	–	–	–	7013
2017	47675	297	47295	83	–	–	–	7986
2018	56374	657	54358	1359	–	–	–	7295
2019	56838	439	55421	978	–	–	–	8854

Найбільша кількість туристів відвідує Запорізьку області у 2019 році з метою дозвілля та відпочинку – 95 %. Службові, ділові поїздки та поїздки на навчання здійснюють лише 1,2 % туристів а з метою лікування – 1,8 % туристів.

Вказані особливості туристичного потоку негативно впливають на розвиток санаторно-курортного напрямку туристичної галузі областей, призводять до деградації і старіння лікувальної інфраструктури.

Іноземні туристи Запорізької області займають незначну частку туристичного потоку: 3 % у 2011 році та 1,9 % у 2013 році. У 2019 році було зареєстровано 182 іноземного туриста у Запорізькій області (рис. 2.2.) .



Рис. 2.2. Туристичні потоки Запорізької області 2011–2019 рр., осіб [34]

За 2013–2016 рр. значно зменшилась кількість внутрішніх туристів і екскурсантів: в 4 рази у 2012 році по відношенню до 2011 р., в 2 рази у 2014 р. та в 3 разів у 2015 році, у 2018 році показник трохи покращився [35].

Прямий вплив туристичної галузі на економіку області – це результат доходів туриста на купівлю послуг і товарів туризму. Це необхідно розуміти як результат вкладу грошей туристами у туристичні підприємства, матеріальне забезпечення працівників туристичної галузі і створення нових робочих місць [36].

Крім прямого впливу туристичних витрат на розвиток областей країни, існує також побічний (непрямий) вплив, або «ефект мультиплікатора», який починає діяти при циркуляції туристичних витрат в області. Отже, вкладаючи кошти до галузі, які створюють туристичний продукт, туристична діяльність стимулює розвиток інших галузей національної економіки: будівництва, торгівлі, сільського господарства, виробництва товарів широкого вжитку, транспорту, зв’язку тощо

Необхідно зауважити, що витрати суб’єктів туристичної діяльності у області на послуги сторонні організацій, які використовуються при виробництві туристичного продукту за 2011-2019 рр. зменьшились на 3547,2 тис.

грн., з 6710,9 до 3163,7 тис. грн. відповідно, у 2019 році збільшились на 47,5 тис.грн.

В Запорізькій області дохід туристичних підприємств від продажу туристам послуг і товарів почав збільшуватись з 2016 року. За 2016–2019 рр. дохід туристичних підприємств в Запорізькій області, надходження від продажу туристам послуг і товарів, збільшився на 26809 тис. грн., з 26681,4 до 53490,4 тис. грн. [34]. Зазначимо, що негативна тенденція зменшення доходів від надання туристичних послуг спостерігалась у 2014-2015 рр.

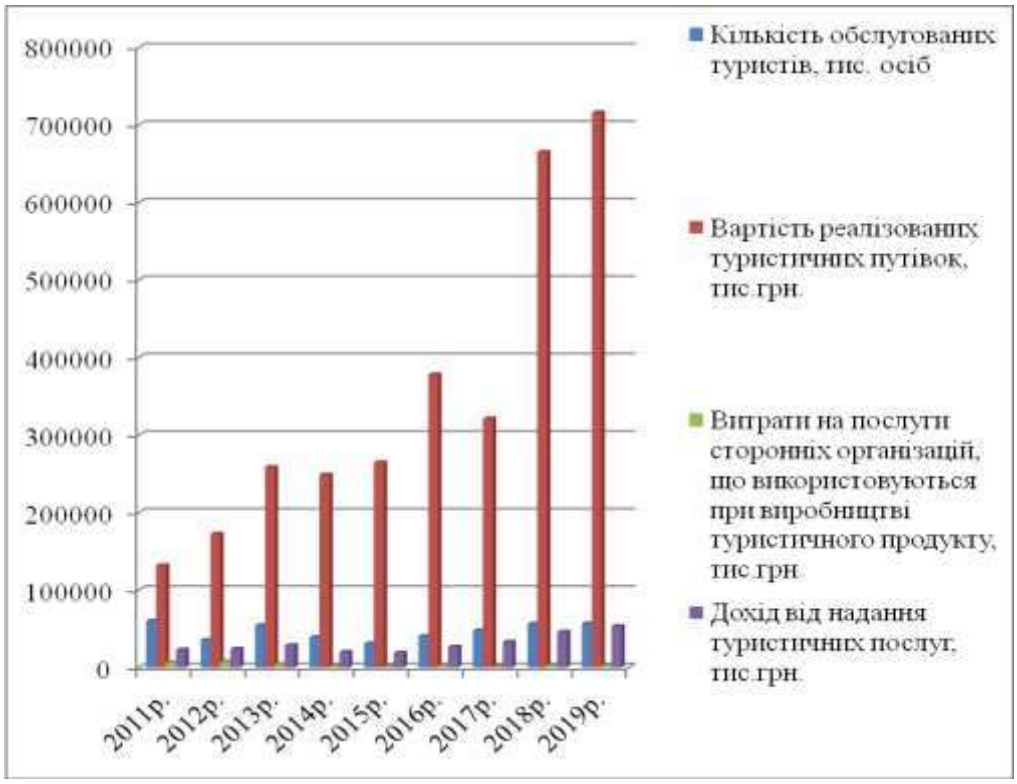


Рис. 2.3. Динаміка діяльності туристичної галузі в Запорізької області

Аналіз даних табл. 2.6. дає змогу констатувати низку суперечностей у розвитку діяльності туристичної галузі Запорізької області.

Запорізька область має досить високий рейтинг майже за всіма показниками, окрім показників доходу від надавання туристичних послуг та кількість обслуговуваних екскурсантів;

Таблиця 2.6

Рейтинг Запорізької області за основними показниками діяльності туристичної галузі за 2011–2019 рр.

Показники		Роки								
		2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
	Частка,%	4,0	3,6	3,4	3,6	4,0	3,8	3,7	3,9	3,6
Запорізька область										
Кількість турфірм, які фактично надавали послуги	Рейтинг	8	8	8	6	6	6	6	6	7
	Частка,%	3,4	4,4	3,1	3,4	3,4	4,6	4,6	4,6	3,3
Кількість обслуговуваних туристів	Рейтинг	9	10	10	3	6	6	6	6	7
	Частка,%	2,3	3,1	6,3	8	0,9	0,9	1,1	1,1	0,6
Обслуговано іноземних (в'їзних) туристів	Рейтинг	9	14	6	–	9	6	7	7	7
	Частка,%	0,5	0,2	1,9	–	0,2	0,5	0,1	0,1	0,2
Обслуговано українських туристів, що виїжджали за кордон	Рейтинг	7	7	8	6	6	14	5	5	7
	Частка,%	1,5	1,1	4,4	4,6	0,8	0,1	1,0	1,0	0,8
Обслуговано внутрішніх туристів	Рейтинг	6	11	2	1	6	13	6	6	8
	Частка,%	4,3	9,8	10,3	19,5	1,5	0,4	1,9	1,9	2,4
Обслуговано екскурсантів	Рейтинг	7	7	2	2	13	–	–	-	-
	Частка,%	0,4	2,2	13,3	24,5	2,7	–	–	-	-
Кількість реалізованих туристичних путівок	Рейтинг	8	14	7	5	5	15	15	15	7
	Частка,%	1,3	0,3	4,3	6,5	2,6	0,1	0,1	0,1	0,6
Вартість реалізованих населенню туристичних путівок	Рейтинг	10	10	11	5	6	13	17	17	9
	Частка,%	0,7	0,4	0,3	5,9	2,5	0,1	0,1	00,1	0,6
Дохід від надання туристичних послуг	Рейтинг	11	11	9	7	11	8	11	11	9
	Частка,%	0,4	0,3	0,3	0,2	0,2	0,1	0,1	0,1	0,1
Середньооблікова кількість працівників	Рейтинг	10	10	9	7	7	7	7	7	7
	Частка,%	3,0	3,0	2,2	2,3	2,3	2,3	2,3	2,3	2,1

– в Запорізькій області практично за всіма показниками рейтинг за останні вісім років знижується (виняток – кількість турфірм, кількість українських туристів, що виїжджали за кордон та середньооблікова чисельність працівників).

Рекреаційний туристичний потенціал Запорізької області формує передумови для перспективного розвитку потенціалу туристичного та курортного господарства України. Сьогодні ця область є рекреаційним резервом України, знаходиться, переважно, на шляху екстенсивного освоєння.

Пріоритетними напрямами розвитку туристичної галузі Запорізької області визначаються:

1. Промисловий (індустріальний) туризм, орієнтований на продуктивне застосовування особливої індустріальної спадщини м. Запоріжжя, а також галузей промисловості, що історично сформувались як основа сучасної економіки міста. Промисловий потенціал м. Запоріжжя – це 280 промислових підприємств (великі, середні та вагомі за обсягами малі підприємства), у т.ч.: 69 – підприємств машинобудування, 36 – металургії, 22 – виробництва іншої неметалевої мінеральної продукції, 24 – харчової промисловості, 20 – хімічної та нафтохімічної промисловості, 14 – виробництва та розподілення електроенергії газу та води [30].

2. Пізнавальний (історичний) туризм, основою якого є історична складова розвитку міста й етнокультурна багатоманітність Запоріжжя [30, с. 645; 114, с.265].

У Запорізькій області на державному обліку знаходиться 8315 пам’яток, з них: 6563 – пам’ятки археології, 1700 – історії, 32 – монументального мистецтва, 20 – науки і техніки; 12 об’єктів культурної спадщини (3 пам’ятки історії і 9 – археології) занесено до Державного реєстру нерухомих пам’яток України національного значення [31**].**

Найбільш туристично привабливими є заповідники. Національний заповідник «Хортиця» (м. Запоріжжя), Національний історико-археологічний заповідник «Кам'яна Могила» (Мелітопольський район), історикоархітектурний музей-заповідник «Садиба Попова» (Василівський район) [31].

В області діє 24 музейні заклади державного підпорядкування з загальною кількістю понад 384 тис. предметів основного фонду. Щороку музеї відвідують понад 600 тис. чол. з України і зарубіжжя [31].

Забезпечення певного мінімуму культурних послуг для всіх верств населення, збереження народних мистецьких традицій, етнокультурного різноманіття здійснюється потужним культурним потенціалом галузі області: 5 театрів, філармонія, 2 вищих навчальних заклади I–II рівнів акредитації, 66 шкіл естетичного виховання, 16 кінотеатрів, 510 бібліотек, 412 установ культури клубного типу [31].

У Запорізькій області для сприяння розвитку потенціалу туристичної галузі була затверджена Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр.

Отже, можна зробити висновок про необхідність розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області, необхідно поєднувати курортні, рекреаційні та інші напрямки туристичної галузі, які розвиваються в області, використовувати культурно-історичну спадщину як осередок державності та демократичні традиції України та Запорізької області.

3. Подієвий туризм, що передбачає організацію та проведення щорічно кількох заходів розважального та спортивного спрямування національного і міжнародного рівнів [30].

4. Екстремальний туризм. У Запорізькій області можна стрибнути з парашутом та злетіти в небо на дельтаплані. В місті є і роуп-джампінг – стрибки

з висоти з мотузкою [30]. У Додатку А поданий повний перелік екстремальних розваг в м. Запоріжжі.

5. Сільський (зелений) туризм. В області функціонують 32 об'єкти агротуризму, з яких 15 уже претендують на отримання сертифікатів у рамках проєкту ЄС. Функціонує історико-культурний комплекс «Етносело» двох зелених садиб: «Аквазоо» в селі Петропіль та «Єнотової хати» у селі Червоний Яр. Садиба «Морський бриз» розташована в селі Новокостянтинівка Запорізької області на узбережжі Азовського моря, в оточенні солоних озер з лікувальним багном, аналогом багна розкрученого курорту на Мертвому морі в Ізраїлі. Пропонується знайомство з традиціями, культурою та побутом українського та інших народів, що населяють село [30].

6. Дитячий туризм. У місті знаходиться одне з найбільш захоплюючих «дитячих місць» у місті – Запорізька дитяча залізниця. На території ЗДЗ (поряд із головною станцією) малечу можна здивувати доглянутим тераріумом, акваріумом, зоокуточком, зимовим садом та поляною казок [30, 40].

Запорізький міський дитячий ботанічний сад це єдиний в Україні саме дитячий сад. 14,6 га вміщують оранжереї «Зимовий сад» та «Кактусарій», дендропарк, теплиці «Лимонарій», «Хризантеми» «Кали», «Розарій», «Папороті» тощо – всього близько 4 тисяч різних рослин [40].

Кінний театр «Запорізькі козаки» пропонує відвідувачам широке фольклорно-етнографічне різноманіття. На території театру можна покататись на конях і дізнатись історію Хортицького кінного полку [40].

На приморських територіях області діють сучасні розважальні центри: аква- та луна-парки, дельфінарії, зоопарк, акваріум, кінний театр, спортивні та дитячі майданчики тощо.

7. Лікувально-оздоровчий (медичний) туризм. У межах області розвідані та використовуються мінеральні води та лікувальні грязі практично всіх відомих

бальнеологічних типів. В оздоровчих і лікувальних цілях широко використовується озокерит та спелеотерапія [30].

Запорізька область має високий потенціал щодо курортно-рекреаційної сфери, що відноситься до Приазовського рекреаційного району в межах АзовоЧорноморського рекреаційного регіону. На березі Азовського моря у Запорізькій області розташовані два популярні кліматогрязеві курорти – Бердянськ та Кирилівка. Всього на Азовському узбережжі та в акваторії р. Дніпро в області функціонує більше 500 оздоровчих закладів [34].

Актуальними для Запорізької області є проблеми забудови, розробки генеральних планів розвитку курортів. Можна констатувати доцільність посилення ролі держави у становленні рекреаційно-оздоровчої діяльності, координації комунікативних процесів стейкхолдерів (органів місцевого самоврядування, міністерств, відомств, суб'єктів підприємництва, споживачів) задля гарантування збалансованого розвитку санаторно-курортного комплексу Запорізької області та України загалом. Стан санаторно-курортного комплексу Запорізької області не є задовільним [34].

Основні перешкоди зумовлені: недосконалістю нормативно-правової бази; недостатністю методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки суб'єктів підприємництва туристичної галузі з боку держави; незбалансованістю соціальної та економічної ефективності використання рекреаційних ресурсів та необхідністю їх збереження; недостатністю рівня розвитку інформаційної інфраструктури; незабезпеченням комплексного розвитку курортних територій; підпорядкованістю спеціалізованих закладів, що надають оздоровчі послуги, різним міністерствам, відомствам, підприємствам; невідповідністю переважної більшості оздоровчих закладів міжнародним стандартам; недостатнім рівнем якості обслуговування у підрозділах харчування санаторно-курортних закладів; недостатньою забезпеченістю

висококваліфікованими спеціалістами; браком коштів для комплексу рекламних заходів щодо просування місцевого оздоровчого продукту на ринок; зношеністю основних фондів; практичною відсутністю інвестицій; неефективним маркетингом; низьким рівнем менеджменту [34].

8. Запорізька область вирізняється серед інших значним природним потенціалом щодо розвитку геологічного туризма. За даними на 1 січня 2019 р. в Запорізькій області діє понад 80 (серед яких два – національного значення: «Хортиця: погляд крізь віки» та «Слідами тачанок Нестора Махна») туристичних маршрутів. Особливою популярністю користується район Приазовської височини та р. Берди (цей район отримав у народі назву Приазовської Швейцарії).

Потреби мешканців міста у змістовному проведенні дозвілля задовольняються також за рахунок спортивно-оздоровчого, пішохідного і велотуризму, якісної організації та проведення на високому рівні міських святкових заходів, підтримки локальних ініціатив щодо розвитку потенціалу туристичної галузі та рекреаційно-оздоровчої сфери міста.

Дослідження показали, що для аналізу місця та ролі розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області доцільно використовувати показники, які можуть надати повну характеристику впливу галузі на економічний стан області.

Аналіз виявив, що в області добре формуються та розвиваються різні види потенціалу туристичної галузі.

За пріоритетними напрямами розвитку внутрішнього та в'їзного туризму Запорізької області уподобання мешканців міста розподіляються таким чином (з переліку було запропоновано вибрати 3 пріоритети) [32]:

1. Пізнавальний історико–культурний туризм – 66%.

2. «Зелений», екологічний та агротуризм – 64%.

3. Подієвий святково–фестивальний туризм – 44%.

4. Промисловий (індустріальний) туризм – 26%.

5. Організація масових спортивних заходів (спортивних подій) – 23%.

6. Діловий туризм та конференц–сервіс – 20%.

В опитуванні взяли участь майже 400 осіб різних вікових категорій, професій і сфер діяльності з усіх районів міста. Зауважимо, що переконання жителів міста Запоріжжя відповідає оцінці експертів. Відносно проблемним є «зелений» туризм як масовий і перспективний напрям розвитку потенціалу туристичної галузі (через стан довкілля). Такий пріоритет швидше вказує на прагнення городян жити в екологічно безпечному середовищі, що варте особливої уваги [33].

Проаналізувавши сучасний стан, конкурентоспроможну ситуацію розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, дійшли таких висновків щодо головних проблем областей, яким, у першу чергу, необхідно приділити увагу:

1. Створити систему комплексних статистичних досліджень щодо розвитку та формування потенціалу туристичної галузі.

2. Створити єдиний потужний Інтернет-ресурс, щодо висвітлення всіх обласних та місцевих подій, які пов’язані з потенціалом туристичної галузі, як для подорожуючих, так і для фахівців та науковців пов’язаних з туризмом.

3. Популяризація розвитку потенціалу туристичної галузі Дніпропетровської та Запорізької областей на міжнародному та національному ринках.

4. Залучення та стимулювання фахівців туристичної галузі областей щодо створення конкурентоспроможного туристичного продукту та послуги для національного (внутрішнього) та іноземного туриста.

5. Збільшення сезонності, оптимізація туристичного потоку за метою подорожі та удосконалення екскурсійної діяльності за допомогою використання

та оновлення матеріально-технічної бази суб'єктів господарювання туристичної галузі областей, залучення висококваліфікованих фахівців і спеціалістів туристичної галузі та підтримки влади на різних рівнях управління.

РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ У ПІСЛЯВОЄННИЙ ПЕРІОД

3.1. Програмні моделі розвитку туристичного бізнесу у післявоєнний період

Введення воєнного стану має значний вплив на індустрію туризму, оскільки туристи можуть сприймати постраждалий регіон як небезпечний і вирішити скасувати або відкласти свої плани подорожей чи екскурсій. Проте зі скасуванням воєнного стану у туристичної індустрії є можливості для відновлення та навіть процвітання.

Війна в Україні має значно руйнівний вплив на індустрію туризму, оскільки вона пошкоджує інфраструктуру, перериває подорожі у зв'язку з загрозою життю та небезпечними місцями, створюючи проблеми з безпекою туристів. Однак існують програмні моделі розвитку туристичного бізнесу після війни, які можуть допомогти підтримати відновлення та зростання туристичної галузі.

Розвиток інфраструктури є однією з ключових програмних моделей розвитку туристичного бізнесу після війни і потребуватиме великих капіталовкладень. Відновлення інфраструктури передбачатиме ремонт та будівництво доріг, аеропортів і інших транспортних об'єктів, а також відновлення основних комунікацій, таких як електроенергія та водопостачання. Розвиток інфраструктури має важливе значення для відновлення індустрії

туризму після війни, оскільки це дасть можливість туристам подорожувати в постраждалі регіони та всередині них. Розвиток інфраструктури також сприятиме створенні робочих місць та економічним можливостям розвитку для місцевих громад.

Культурно-історичний туризм також можна вважати однією з програмних моделей розвитку туристичного бізнесу після війни. Культурно-історичний туризм передбачає популяризацію та збереження унікальних культурних та історичних місць і подій у постраждалих регіонах України. Культурний туризм допоможе залучити туристів до постраждалих регіонів, а також надати економічні можливості для місцевих громад через розвиток туристичної сфери у певному регіоні, реалізації продуктів та послуг культурного-історичного туризму. Це може включати екскурсії, культурні фестивалі та освітні програми, які популяризують історію та культуру певних регіонів, а в нашій країні кожен регіон має свої особливі цікаві історико-культурні особливості.

Громадський туризм є ще однією програмною моделлю для розвитку туристичного бізнесу після війни. Він передбачає участь місцевих громад у туристичній індустрії, зосереджуючись на сталих та відповідальних практиках туризму. Громадський туризм може допомогти підтримати відновлення індустрії туризму після війни, надаючи можливість місцевим громадам розвивати та продавати власні туристичні продукти та послуги. Це може включати проживання в сім'ї, місцеві екскурсії та культурні заходи, які надають туристам справжні та захоплюючі враження.

Ефективний маркетинг і просування також можуть бути важливою складовою розвитку туристичного бізнесу після війни. Маркетингові та рекламні кампанії допоможуть змінити сприйняття регіону як небезпечного чи пошкодженого, а також можуть залучити до регіону туристів. Маркетинг і просування можна здійснювати за допомогою різноманітних каналів, включаючи

соціальні мережі, онлайн-рекламу та цільові кампанії для певних демографічних груп. Ефективний маркетинг і просування можуть допомогти підтримати відновлення та зростання індустрії туризму після війни, залучаючи туристів і створюючи дохід для місцевого бізнесу.

Хоча правдою є те, що воєнний стан негативно впливає на туризм, але є докази того, що інтерес до постконфліктного туризму з часом зростатиме. Частково це пов'язано з тим, що туристи часто цікавляться місцями, які пережили конфлікт та воєнні вторгнення, і прагнуть дізнатися про історію та культуру цих регіонів. Крім того, постконфліктний туризм можна розглядати як форму «темного туризму», який передбачає відвідування місць, пов'язаних зі смертю, трагедією та стражданням в даній ситуації як мирних громадян та дітей, так і наших захисників, які віддали своє життя за рідну землю. Зі скасуванням воєнного стану у індустрії туризму може з'явитися можливість отримати вигоду з підвищення інтересу до постконфліктного туризму. Рекламуючи регіон як місце, що має історичне та культурне значення, і висвітлюючи кроки, вжиті для відновлення безпеки та стабільності, туристичні оператори можуть залучити відвідувачів, які зацікавлені дізнатися про минуле та сьогодення постраждалих від воєнної агресії регіонів.

Під час конфлікту та нестабільності інвестиції в інфраструктуру та розвиток часто відходять на другий план, а не для більш нагальних проблем, таких як безпека та гуманітарна допомога. Проте зі скасуванням воєнного стану для індустрії туризму можуть з'явитися можливості отримати вигоду від збільшення інвестицій в інфраструктуру та загальний розвиток окремих постраждалих регіонів та цілої країни. Уряди та приватні інвестори можуть виявити більше бажання інвестувати в регіон після скасування воєнного стану, оскільки стабільність і безпека стануть більш впевненими. Це призведе до розвитку нових туристичних атракцій, покращення транспортної інфраструктури та модернізації існуючих готелів і курортів. Ці збільшені

інвестиції в інфраструктуру та розвиток допоможуть залучити більше туристів до регіону та підтримати зростання індустрії туризму.

Державно-приватні партнерства (ДПП) можуть бути ефективними моделями для розвитку туристичного бізнесу після війни. ДПП передбачають співпрацю між урядовими установами, приватними підприємствами та місцевими громадами для підтримки відновлення та зростання індустрії туризму. Через ДПП державні установи можуть надавати фінансування та ресурси для підтримки відновлення пошкодженої інфраструктури, тоді як приватні підприємства можуть інвестувати в нові туристичні продукти та послуги. Місцеві громади також можуть зіграти певну роль у процесі відновлення, надаючи внесок у розробку нових туристичних продуктів і послуг, а також рекламуючи регіон серед внутрішніх та іноземних туристів.

Важливу увагу слід звернути на розвиток потенціалу та програми навчання, оскільки вони також можуть бути ефективними моделями для розвитку туристичного бізнесу після воєнної ситуації. Ці програми передбачають навчання та освіту місцевих громад і туристичних операторів, зосереджуючись на розвитку навичок і знань, необхідних для підтримки зростання індустрії туризму.

Розвиток потенціалу та програми навчання можуть допомогти покращити якість туристичних продуктів і послуг, а також можуть підтримати розробку нових туристичних продуктів і послуг, які адаптовані до потреб та інтересів туристів. Вони також можуть допомогти підвищити загальну конкурентоспроможність індустрії туризму, надаючи місцевим громадам і туристичним операторам інструменти та ресурси, необхідні для досягнення успіху на конкурентному туристичному ринку.

Війни мають значний вплив на індустрію туризму, але існуючі програмні моделі розвитку туристичного бізнесу після війни, можуть сприяти відновленню

та зростанню туристичної галузі. Розвиток інфраструктури, культурний туризм і туризм, орієнтований на громаду, а також ефективний маркетинг і просування – все це ефективні програмні моделі для розвитку туристичного бізнесу в післявоєнний період. Застосувавши ці програмні моделі, індустрія туризму може оговтатися від війни і продовжувати підтримувати економічне зростання в постраждалих регіонах.

3.2. Заходи щодо використання сприятливих факторів розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області

Вивчення факторів впливу дозволяє перейти до основного узагальнюючого аналізу потенціалу галузі, що дасть змогу виділити сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі – це SWOT–аналіз. Використовуючи його можна формувати основні цілі та стратегії їх досягнення на майбутнє. За допомогою SWOT-аналізу можна визначити фактори (негативні і позитивні) зовнішнього та внутрішнього середовища для розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Вплив та їх комбінування визначають конкурентоздатність туристичних продуктів на зовнішніх ринках. Виявлені сильні сторони та зовнішні можливості закладаються в основу конкурентної стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі областей України та реалізуються через перелік заходів, які спрямовані на їх використання та посилення. На базі цих факторів пропонуються диференційовані продуктові стратегії в галузі. Слабкі сторони та зовнішні загрози розглядаються як обмеження для збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі в областях. Пропонуємо методичний інструментарій усунення цих факторів та зведення їх негативного впливу до мінімуму.

Розглянемо більш детально зовнішні та внутрішні фактори розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. До сильних сторін необхідно віднести ті, що переважно визначають її внутрішній потенціал:

1. Наявність природних ландшафтів, національних і природних парків, заповідників, пам'ятників природи тощо.
2. Велика кількість об'єктів історико-культурної спадщини, рекреаційних зон.
3. Вигідне географічне розташування.
4. Сприятливі кліматичні умови, наявність лікувальних та мінеральних ресурсів для розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області (лікувально-оздоровчий, курортний, рекреаційний, тощо).
5. Всебічно розвинена транспортна інфраструктура та транзитний потенціал (стратегічні траси, розгалужена мережа залізничої дороги, річкові та морські порти, міжнародний аеропорт «Запоріжжя»).
6. Загальний високий економічний розвиток міста і області загалом, можливість залучати ресурси для спільного проектного фінансування.
7. Особливі промислові технології і об'єкти як база для формування інноваційних туристичних пропозицій.
8. Значні енергогенеруючі потужності та високий потенціал розвитку відновлювальної та альтернативної енергетики (Запорізька АЕС, ТЕС, Дніпрогес).
9. Значний освітній потенціал туристичної галузі.
10. Наявність зацікавленості зовнішніх компаній в інвестуванні туристичної галузі та будівництві об'єктів туристичної інфраструктури.
11. Високий рівень забезпечення туристичної галузі кваліфікованими кадрами.
12. Наявність у м.Запоріжжя інформаційно-туристичного центру.

До слабких сторін розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області, які гальмують її розвиток можна віднести такі:

1. Невідомі туристичні продуктові бренди Запорізької області на міжнародних туристичних ринках, недолік турпродуктів, які відповідають міжнародним стандартам.

2. Яскраво виражена сезонність більшості турів.

3. Домінування точкових туристичних об’єктів і турпродуктів, відсутність турів комплексного характеру, які зв’язують територію та окремі туристичні центри.

4. Незадовільний технічний стан транспортної інфраструктури.

5. Недостатня реалізація та низький рівень якості розвитку потенціалу лікувально-оздоровчих та курортних туристичних послуг.

6. Нерівномірний розподіл туристичного навантаження по області та туристичним центрам.

7. Недостатня кількість і низька якість туристичної інфраструктури та сервісу.

8. Відсутність гарантій безпеки туристів і низький розвиток страхового ринку та ринку фінансових послуг.

До зовнішніх несприятливих факторів і загроз розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області необхідно, які несуть реальну та потенційну небезпеку, віднести такі:

1. Політична нестабільність і продовження воєнного конфлікту на сході країни.

2. Недосконала нормативно-правова база та система правового регулювання в галузі розвитку туризму.

3. Погіршення та нестабільність криміногенної обстановки.

4. Негативні тенденції макроекономічних показників на світовому та вітчизняному ринках (нестабільність курсу національної валюти та інфляційні процеси в країні).

5. Низький платоспроможний попит місцевого населення на послуги туристичної галузі.

6. Провідний конкуруючий стан м. Київа, м. Львів.

7. Правові ризики, які пов’язані з ускладненням виділення земельних ділянок під забудову та реалізацію інвестиційних проектів, особливо в прибережній зоні.

8. Зміни зовнішньої ринкової кон’юнктури та зовнішньоекономічних обмежень.

9. Погіршення екологічного стану в Запорізькій області.

До можливостей розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області необхідно віднести фактори, які представляють потенціал області сьогодні або не використовуються, або використовуються недостатньо:

1. Використання вигідного географічного розташування області для розвитку потенціалу транзитного і ділового туризму.

2. Можливість збільшення туристичного потоку закордонних туристів через розробку спільних турпродуктів та розвиток договірної спеціалізації (аутсортингу).

3. Створення особливої економічної зони туристичного типу.

4. Використання можливостей розвитку потенціалу екологічного, спортивного, адаптивного, сільського, а також культурного та ділового туризму.

5. Можливість організації програм навчання спеціалістів туристичної галузі та перепідготовки місцевого населення.

6. Здійснення в повній мірі державної підтримки розвитку потенціалу туристичної галузі.

7. Створення та просування конкурентоздатних туристичних брендів.

8. Розвиток туристичної інфраструктури в результаті реалізації міжнародних проектів Запорізької області.

При синтезі факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням матриці SWOT здійснюється оцінка впливу кожного з них на групи залежних факторів. У результаті дієві фактори, які здатні впливати комплексно, будуть мати найбільш довгі ланцюжки сполучень із залежними.

На основі синтезу факторів зовнішнього та внутрішнього середовища з використанням матриці – SWOT встановлено, що найбільш важливими

сприятливими факторами зовнішнього та внутрішнього середовища Запорізької області (фактори, які характеризують широкі можливості комбінування з іншими зовнішніми та внутрішніми факторами – найбільш триваліші ланцюжки в матриці – SWOT), які необхідно закладати в основу стратегії підвищення конкурентоздатності потенціалу туристичної галузі, є:

– наявність у Запорізькій області культурно-історичної спадщини та потенційних брендових об'єктів (Запорізьке козацтво, о.Хортиця, ДнапроГЕС тощо);

– транспортна інфраструктура (доступність міста, транспортнологістичне розташування, транзитний потік туристів);

– наявність потенціалу туристичної галузі та ресурсів (історикокультурних, рекреаційних) для розвитку різних напрямків і видів туристичної галузі для різних категорій споживачів туристичних послуг у Запорізькій області;

– достатній рівень розвитку економічного потенціалу (фінансовий, людський, інвестиційний тощо).

Негативними (слабкими) факторами розвитку потенціалу туристичної галузі м. Запоріжжя, які обмежують можливості та знижують конкурентоспроможність туристичної галузі Запорізької області, є:

– відсутність цікавого сучасного іміджу міста – як туристичої області;

– відсутність ефективної системи управління розвитком потенціалу туристичної галузі в областях на всіх рівнях управління;

– недостатньо розвинута інфраструктура туристичної галузі та низький рівень якості послуг, які пропонуються подорожуючим;

– недостатньо розвинута інформаційна система, слабо представлено область у ЗМІ, Інтернеті, на національному та міжнародному ринках туристичних послуг;

– недостатньо розвинута інвестиційна політика в туристичній галузі області;

– слабке використання наявного потенціалу області для розвитку туристичної галузі та пропозиції комплексної туристичної послуги;

– відсутність загальновідомих туристично-привабливих подій загальноукраїнського та міжнародного значення із сформованим попитом, маркетинговою та іншою ресурсною підтримкою.

У таблиці 4. 20. запропоновано комплекс заходів, які мають реалізувати на практиці виділені вище сприятливі фактори розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області, а також отримати максимальний ефект від їх практичного використання. Ці заходи можна розглядати як пріоритетні напрямки, які закладені в основу цільових програм розвитку потенціалу туристичної галузі.

Використовуючи сприятливі фактори, які були виявлені в ході SWOTаналізу та реалізовані через виконання заходів, що наведені в табл. 3.1, дасть можливість підвищити конкурентоспроможність та відомість існуючих туристичних продуктів Запорізької області та створить умови і інфраструктурну базу для розробки нових туристичних продуктів та залучення інвестиції в туристичну галузь області.

Результати показали, що основні можливості, які має Запорізька область, вказують тільки на те, що необхідно розвивати внутрішній туризм, при чому як для відпочинку громадян України, так і для зустрічі іноземців. Це має стати основною стратегічною перспективою на майбутнє для туристичної галузі Запорізької області. Для цього необхідно ліквідувати слабкі сторони, а саме: необхідно розвивати туристичну інфраструктуру в Запорізькій області, відремонтувати основні дороги, підтримувати вже існуючі санаторії, адже лікувальна база там сильна, а умови проживання просто жахливі. Піднявши на належний рівень умови проживання, рівень обслуговування, Запорізька область змогла би забезпечити чудові варіанти відпочинку для українських та іноземних громадян з сусідніх країн, запропонувавши конкурентні ціни.

З метою розробки комплексу заходів щодо створення сприятливого інвестиційного клімату в області загалом і в туристичній галузі зокрема, а також з метою виявлення потенційних точок диференціації та зростання необхідна також оцінка існуючих конкурентних позицій туристичної галузі Запорізької області та окремих туристичних продуктів.

Таблиця 3.1.

Заходи щодо використання сприятливих факторів розвитку потенціалу туристичної галузі в Запорізькій області

Фактори	Комплекс заходів
наявність у Запорізькій області культурно-історичної спадщини та потенційних брендових об'єктів (Запорізьке козацтво, о.Хортиця, ДнапроГЕС тощо)	– кількість реалізованих арт-проєктів та фестивалів; – кількість населення, що отримує послуги у закладах культури; – використання історико-культурного надбання для розвитку внутрішнього туризму; – формування позитивного іміджу області у туристичній галузі на зовнішньому та внутрішньому туристичному ринку. Збільшення туристичного потоку до 300 тис. осіб на рік та кількості екскурсантів до 700 тис.осіб на рік
транспортна інфраструктура (доступність міста, транспортно-логістичне розташування, транзитний потік туристів)	– розвиток транспортної інфраструктури туристичних об'єктів; – підвищення пропускної спроможності аеропорту Запоріжжя
наявність потенціалу туристичної галузі та ресурсів (історико–культурних, рекреаційних) для розвитку різних напрямків та видів туристичної галузі для різних категорій споживачів туристичних послуг у Запорізькій області	– забезпечення організації та проведення літніх курортнотуристичних та оздоровчих кампаній; – формування та просування місцевих брендів «Запорізький район туристичний», його активізація через Інтернет: – проведення рекламно-іміджевих заходів; – представлення районного туристичного продукту на обласному, Всеукраїнському та Міжнародному рівнях; – підвищення ефективності прийому офіційних іноземних делегацій та в'їзних туристів; – удосконалення інформації для веб-порталу Запорізького обласного туристично–інформаційного центру. Формування ринку попиту на внутрішній туристичний продукт: – формування у населення потреби в змістовному проведенні вільного часу;

	– створення рекламно-інформаційного продукту туристичної галузі області
достатній рівень економічного потенціалу розвитку області (фінансовий, людський, інвестиційний тощо)	– сприяння впровадженню галузевих інвестиційних проєктів; – сприяння прийняттю рішень щодо оголошення природних територій курортами державного та місцевого значення

Комплекс загальних заходів, які необхідно деталізувати та реалізувати в регіональних стратегічних документах розвитку потенціалу туристичної галузі, в межах регіональних та муніципальних цільових програмах, наведено в табл. 3.2

Таблиця 3.2

Основні заходи з підсилення слабких конкурентних позицій потенціалу туристичної галузі Запорізької області

Проблеми (слабкі конкурентні позиції)	Основні заходи
1	2
Недостатня кількість кваліфікованих трудових ресурсів у туристичній галузі	– перепідготовка кадрів та підвищення кваліфікації з участю залучених спеціалістів; – реалізація тренінгових програм без відриву персоналу від виробничої діяльності; – впровадження системи корпоративних замовлень на підготовку спеціалістів; – зарубіжні стажування спеціалістів у туристичній галузі та викладацького складу в межах міжнародних проєктів і корпоративного обміну; – удосконалення навчальних процесів з підготовки кадрів (орієнтація на потреби ринку праці)
Низька доступність і незадовільний технічний та естетичний стан об’єктів туристичної галузі, сезонність їх функціонування	– розробка турів, не пов’язаних з традиційними об’єктами туристичної галузі та за діючим невикористаним потенціалом; – координація зусиль міністерств і відомств за змістом та реставрацією об’єктів туристичної галузі; – залучення бізнесу до вирішення проблеми збереження пам’ятників історії та культури; – передача об’єктів туристичної галузі в оренду господарюючим суб’єктам із зобов’язанням щодо утримання, реконструкції та облаштування об’єктів; – розвиток інфраструктури доступу до об’єктів за рахунок їх включення до складу комплексних турів, комплексні інвестиційні проєкти

Низька фондоозброєність туристичних компаній Запорізької області	– розвиток лізингу в туристичній галузі (залучення крупних лізингових компаній); – використання пільгового оподаткування туристичних компаній, які інвестують в ОПФ у частки місцевих і регіональних податків; – створення регіональних амортизаційних фондів

Продовження табл. 4.26

1	2
Низький рівень розвитку туристичної та допоміжної інфраструктури у поєднанні з низькою якістю послуг	– стимулювання конкуренції через залучення зовнішніх компаній, які надають сертифіковані послуги; – активізація державних інвестицій в інфраструктуру, також за рахунок створення локальних туристичних комплексів, та розвиток супутньої інфраструктури (дорожня мережа, комунікації, енергетична і соціальна інфраструктури); – стимулювання та підтримка розвитку малого бізнесу в туристичній галузі; – використання системи конкурсних відборів при реалізації пріоритетних інвестиційних проєктів у туристичній галузі
Неефективність маркетингу та відсутність сильних Запорізьких туристичних брендів, відсутність системи їх руху з використанням каналів зовнішніх корпоративних мереж	– активізація маркетингової діяльності Запорізького туристичного інформаційного центру; – розвиток «електронного туризму», передусім Internet–маркетингу, розвиток системи електронних магазинів продажу турів, електронних систем бронювання; – розвиток франчайзингу на базі Запорізьких туроператорів; – розвиток контрактної спеціалізації Запорізьких туристичних організацій для можливості використання корпоративних каналів просування та реалізації послуг; – створення та просування туристичних брендів на базі унікальних Запорізьких туристичних продуктів, формування на їх основі «зонтичних» і підтримуючих брендів

ВИСНОВКИ

У дисертації теоретично обґрунтовано та запропоновано нове вирішення науково-прикладної проблеми щодо збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі. Одержані у процесі дослідження результати і їх узагальнення надають змогу сформулювати такі висновки і внести пропозиції, які мають теоретичне та практичне значення:

Узагальнено та уточнено зміст окремих дефініцій. Досліджено зміст категорії «туризм» і виділено різні теоретичні підходи до її трактування, надано авторське визначення цього поняття. Визначено, що основою формування потенціалу туристичної галузі, окрім ресурсного забезпечення (рекреаційнотуристичні, трудові, фінансово-інвестиційні, технічні ресурси тощо), є також стан туристичної інфраструктури (виробничої та соціальної), інституційне середовище, геоекономічний стан і геополітична компонента, що дало змогу дати авторське визначення терміна «потенціал туристичної галузі».

З'ясовано, що для аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі необхідно застосовувати комплексний підхід, який потребує дослідження трьох підсистем туристичної галузі: екологічної, соціальної та економічної. Визначено та систематизовано чинники, які впливають на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі країни (інституційні, економічні, соціальні, економічні). Збалансований розвиток туризму в кінцевому підсумку може призводити до балансу розвитку економічної, соціальної та екологічної підсистем країни (області), при цьому здійснюючи охорону природи, культури, сприяючи соціальному й економічному розвитку.

Проаналізовано стан розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Дослідження показали, що область має великий потенціал розвитку туристичної галузі. У 2019 р. здійснювали туристичну діяльність на території Запорізькій області – 153 суб'єкти. У Запорізькій області дохід туристичних підприємств від продажу туристам послуг і товарів почав збільшуватись у період з 2016 р по 2019 р. (збільшився на 26809 тис. грн.). Але в той же час достатньо низький рівень розвитку туристичної інфраструктури, що негативно впливає на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі.

6.

Досліджено підходи до використання дієвих методичних інструментів проведення стратегічного та конкурентного аналізу збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області. Проаналізовано політичні, економічні, соціальні та технологічні фактори впливу на збалансований розвиток потенціалу туристичної галузі із застосуванням PEST-аналізу. Визначено сильні та слабкі сторони, можливості та загрози для подальшого збалансованого розвитку потенціалу туристичної галузі за допомогою SWOTаналізу та сформовано стратегічні напрями та заходи щодо використання сприятливих факторів для усунення негативних факторів формування та розвитку потенціалу туристичної галузі Запорізької області.

Туризм відіграватиме важливу роль в економічному відновленні регіонів, які постраждали від війни. У той час як війна зруйнувала і надалі руйнує місцеву економіку, туризм може забезпечити вкрай необхідний поштовх, створюючи робочі місця, генеруючи дохід і сприяючи культурному взаєморозумінню. Однак успіх туризму в післявоєнний період залежить від багатьох факторів, включаючи ситуацію з безпекою, політичну стабільність, наявність інфраструктури та рівень інвестицій у туристичний сектор та інші. Туризм може стати потужним інструментом для сприяння миру та економічного розвитку в регіонах, які постраждали від війни.

Хоча наслідки війни можуть бути руйнівними для індустрії туризму в постраждалих регіонах, є перспективи для розвитку туристичної діяльності після війни. Уряди, місцеві громади та приватний сектор можуть працювати разом для створення середовища, яке сприятиме розвитку туризму, інвестуючи в розвиток інфраструктури, покращуючи заходи безпеки.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія. Київ: ВПЦ «Київський університет», 2001. 395 с.
2. Дутчак С. В. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посібник для студентів вищих навч. закладів. Чернівці: Чернігів. нац. ун-т, 2001. 136 с.
3. Економічна енциклопедія: у 3-х т. Київ: Видавничий центр «Академія», 2001. Т. 3. 848 с.
4. Ільїна О. В. Туризм. Рекреаційна географія: поняття і терміни / Луцький ін-т розвитку людини Відкритого міжнарод. ун-ту розвитку людини «Україна». Луцьк: Терен, 2004. 104 с.
5. Кіфяк В. Ф. Розвиток рекреації і туризму як один із чинників формування інвестиційної привабливості регіону. *Економіка та право*. 2013. № 1. С. 128–132.
6. Колесник О. О. Формування класифікаційних ознак туризму в системі економічних аспектів розвитку суспільства. *Вісник Житомирського державного технологічного університету. Економічні науки: економіка, організація і управління підприємством*. 2009. № 1 (47). С. 171–175.
7. Любіцева О. О., Панкова Є. В., Стафійчук В. І. Туристичні ресурси України. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
8. Мальська М. П. Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації): автореф. дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.05. Львів, 2011. 40 с.
9. Масюк Ю. О. Стратегічне управління розвитком туризму в Україні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.03. Львів, 2017. 318 с.

10. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону: монографія / В. Г. Герасименко. Одеса: ОНЕУ, 2016. 262 с.

11. Пазенок В. С., Федорченко В. К., Любивий Я. В. Філософія туризму: навч. посібник. Київ: Кондор, 2009. 268 с.

12. Свірідова Н. Д. Концепція сталого розвитку туризму в сучасних умовах. *Культура народов Причерноморья*. 2009. № 176. С. 166–168.

13. Смирнов І. Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). *Велика Волинь:* наук. зб. Житомир, 2009. Вип. 42. С. 239–246.

14. Смолій В. А., Федорченко В. К., Цибух В. І. Енциклопедичний словник-довідник з туризму. Київ: Видавничий дім «Слово», 2006. 372 с.

15. Ткаченко Т. І. Концептуальні основи формування механізму управління в сфері туризму. *Наук. вісн. Чернів. торг.-екон. ін-ту КНТЕУ*. Чернівці: АНТ Лтд, 2005. Вип. IV: Екон. науки. Ч. 1. С. 209–220.

16. Юхновська Ю. О. Комплексний метод оцінки ефективності потенціалу туристичної галузі. *Evropský časopis ekonomiky a managementu*. Чехія, 2019. Vol. 5. Iss. 2. P. 71–78.

17. Юхновська Ю. О. Теоретичні підходи до визначення сутності туристичного потенціалу регіону. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія: Економіка і управління.* Київ, 2019. Т. 30 (69). № 1. С. 42–46.

18. USAID Tourism destination management. Official page. URL: http://www.usaid.gov/documents/2151/tourism-destination-management

19. International tourism consolidates strong recovery amidst growing challenges. (2022) Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.unwto.org/taxonomy/term/347

20. Відновлення туристичних потоків: у 2021 році до України прибуло понад 3 млн іноземців (2022). Електронний ресурс. Режим доступу: https://mtu.gov.ua/news/33238.html

21. Бордун О., Шевчук В., Монастирський В., та ін. Втрати та напрями порятунку туристичного бізнесу України в умовах війни. *Вісник Львівського університету. Серія економічна.* 2022. Випуск 62. С. 178–196.

22. Катаєва М. Туризм у Києві: сучасний стан та плани з відновлення сфери. *Вечірній Київ.* 27 вересня 2022 р. Електронний ресурс. Режим доступу: https://vechirniy.kyiv.ua/news/71973/

23. Державна служба статистики України. Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua.

24. У 2022 році надходження до держбюджету від туристичної галузі скоротилися майже на 31%. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.tourism.gov.ua/blog/u-2022-roci-nadhodzhennya-do-derzhbyudzhetuvid-turistichnoyi-galuzi-skorotilisya-mayzhe-na-31

25. Каднічанський, Д., Каднічанська, М. Мілітарний туризм: проблематика термінології та класифікації. Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали XIV Міжнародної наукової конференції, м. Львів, 9 жовтня 2020 р. Львів, 2020. С. 132-135.

26. Калуцький І. Ф., Ковальська Л. В. 2016. Розвиток туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та військово-політичного конфлікту в Україні. Географія і туризм. 33. С. 19-29.

27. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. Соціально-економічні проблеми і держава. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. Електронний ресурс. Режим доступу: http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf

28. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. Наукові перспективи. 2022. № 5(23). С. 168–180.

29. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туріндустрія після перемоги. Електронний ресурс. Режим доступу: https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/

30. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Розвиток туристичної галузі України та Запорізького регіону на основі кластерного підходу. *Journal of Geology, Geography and Geoecology.* Dnipro, 2019. Iss. 28 (4). P. 640–648.

31. Державна установа «Запорізький обласний лабораторний центр Міністерства охорони здоров'я України». URL: http://www.oblses.zp.ua/index.php?100

32. Лисенко В. Ю., Пічкур Н. В. Стратегія розвитку туризму у місті Запоріжжі на 2014–2018 рр. (проект). Запоріжжя, 2013. 93 с.

33. Офіційний сайт Всесвітньої туристичної організації. URL: http://www.unwto.org

34. Топалова О. Сучасний стан розвитку геологічного туризму в запорізькій області. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія.* 2017. Вип. 1 (66) /2 (67). С. 113–117.

35. Туристична діяльність в Україні: статистичний збірник. Київ: Державна служба статистики України, 2018. 90 с. URL: http://www.ukrstat.gov.ua/druk/publicat/kat_u/publtur_u.htm

36. Шершньова О. В. Регіональне управління туризмом в малих містах Рівненської області. *Ефективність державного управління:* зб. наук. пр. Львів: ЛРІДУ НАДУ, 2007. Вип. 12. С. 424–429.

37. Школа І. М. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2005. 596 с.

38. Юхновська Ю. О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6 (111). С. 55–59.

39. Юхновська Ю. О. Дослідження діяльності туристичної галузі Запорізького регіону. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство.* Ужгород, 2019. Вип. 26/2019. С. 130–134.

40. Яновський П. О. Пасажирські перевезення: навч. посібник. Київ: НАУ, 2008. 469 с.

Додаток А

Потенціал туристичної галузі Запорізької області

